
O corpo como mídia de resistência: narrativas visuais do cabelo crespo em revistas brasileiras¹

Maria Antonia Clementino dos Santos²
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia – UFRB³

Resumo

O cabelo crespo é um marcador significativo na sociedade contemporânea. Pesquisas anteriores evidenciam como, historicamente, o cabelo crespo foi utilizado para hierarquizar corpos e reforçar estereótipos. Este estudo procura investigar como jovens negros se engajam política e socialmente em relação aos seus corpos, especificamente no cabelo crespo, explorando suas perspectivas, interações sociais e o impacto da mídia na construção identitária e estratégias de resistência. Trata-se de uma pesquisa qualitativa exploratória que analisou 32 capas da revista Vogue Brasil (2022-2024) e 20 capas da Raça Brasil (edições de n.º 210 a 241), além da aplicação de questionário direcionado a jovens negros. Os principais achados revelam diferenças significativas entre as abordagens das revistas e reforçam a importância de representações mais justas na mídia.

Palavra-chave: Corpo/Mídia; Cabelo crespo; Representação; Raça; Vogue Brasil.

Introdução

Este estudo aborda o cabelo crespo como marcador sociocultural afirmativo posto num lugar de resistência política na sociedade: A estética negra e subjetividade, o corpo enquanto mídia.

Busca-se compreender como jovens negros se engajam política e socialmente em relação aos seus corpos, analisando como a mídia influencia na formação de identidades, pertencimento e resistência contra estereótipos e como esses jovens desafiam e ressignificam as narrativas opressivas que tentam ditar sua estética e autoimagem.

Metodologia

Consiste em uma pesquisa qualitativa e exploratória, que combinou análise de conteúdo midiático com coleta de dados primários por meio de questionário. Foram

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Moda, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal do Recôncavo da Bahia – UFRB. E-mail: mariaantoniacijornalista@gmail.com.

³ Este trabalho é derivado de pesquisa orientada pela Profª Drª Renata Pitombo Cidreira no curso de Jornalismo da UFRB. Universidade Federal do Recôncavo da Bahia – UFRB.

analisadas 32 capas da revista Vogue Brasil (2022–2024) e 20 capas da revista Raça Brasil, com enfoque nas edições 210 a 241, centradas na representação do cabelo crespo e da estética negra. A análise qualitativa incluiu o estudo das imagens, das chamadas e legendas de capa.

O objetivo central foi compreender como o cabelo crespo e a estética negra são representados visualmente, além das mensagens e narrativas associadas. A comparação entre as revistas permitiu identificar semelhanças e diferenças nas abordagens e nos discursos transmitidos, proporcionando uma compreensão comparativa das representações midiáticas sobre o tema.

Para complementar a análise, desenvolveu-se um questionário via Google Forms para coletar dados sobre as percepções e experiências de jovens negros em relação ao cabelo crespo e à estética negra. O instrumento abordou temas como as representações midiáticas, seu impacto na formação identitária e na resistência cultural. Os dados coletados foram examinados qualitativamente, com identificação de padrões e temas emergentes relacionados às perspectivas e conhecimentos adquiridos através da mídia.

Fundamentação teórica

A pesquisa fundamenta-se nos conceitos de raça e suas implicações sociais, políticas e culturais, difundidos pelas ideias dos autores, Stuart Hall (2003) e Muniz Sodré (1999). O corpo como mídia e suas representações pelos autores Baitello Jr. (2005) e Mitraud (2016), a moda como mídia e produção de sentido pela autora Renata Pitombo Cidreira (2005). A estética negra como forma de resistência política, pensadas pelas autoras bell hooks (2005) e Neusa Santos (1986), e a mídia e racismo pela jornalista Rosane Borges (2012).

A pesquisa contextualiza a estigmatização histórica do cabelo crespo e sua resignificação por movimentos sociais negros. Abordado a partir da conexão entre os modos de manipulação do cabelo e a construção da identidade racial no Brasil, foram utilizadas as ideias de alguns autores: Ângela Figueiredo (2002), sobre estética, raça e beleza negra. Nilma Lino Gomes (2012) aborda sobre a resignificação do cabelo crespo por meio dos movimentos sociais. Muniz Sodré (1999) discorre sobre os movimentos negros e a imprensa negra. Renata Pitombo Cidreira e Maria Nazareth Pirola (2024), sobre aparência e ativismo na moda.

Por fim, fundamenta-se na representação midiática do cabelo crespo e sua influência na percepção da imagem do negro, e a linguagem visual como característica do jornalismo de revista.

Análise e resultados

As revistas Raça Brasil e Vogue Brasil, aqui examinadas em comparação, evidenciam as diferenças marcantes em suas abordagens editoriais, públicos-alvo e representações, assim como alguns pontos em comum revelam o impacto da moda e da mídia na construção de identidades e narrativas culturais.

A análise revelou que a Raça Brasil valoriza a estética negra como parte de um discurso afirmativo, promovendo representações potentes do cabelo crespo. Já a Vogue Brasil, embora apresente avanços pontuais, mantém padrões hegemônicos e representações esporádicas de pessoas negras.

Os participantes em sua maioria relataram ter alterado o cabelo por pressão social, e 90% consideram o cabelo crespo um elemento de construção identitária e resistência. Muitos também reconhecem a influência ambígua da mídia: ora reforçando padrões, ora contribuindo para autoestima e reconhecimento. A comparação entre as revistas evidenciou diferenças na abordagem e no compromisso com a estética negra e o ativismo racial.

Conclusão

A pesquisa alcançou seu objetivo ao investigar como jovens negros se engajam política e socialmente em relação aos seus corpos, com foco no cabelo crespo. A análise comparativa entre Vogue Brasil e Raça Brasil revelou abordagens distintas: enquanto a primeira se mantém alinhada à moda e ao consumo, a segunda adota proposta afirmativa voltada à estética negra.

Os dados do questionário apontaram o cabelo crespo como símbolo de identidade, pertencimento e resistência, ainda que marcado por preconceitos. A mídia foi percebida de forma ambígua, sendo as redes sociais valorizadas por ampliarem as representações positivas. O estudo contribui para os debates em comunicação, moda e práticas midiáticas antirracistas.

Como limitações, destaca-se o número reduzido de participantes e a ausência de uma análise mais aprofundada das mídias digitais.

Referências

_____. **Alisando o Nosso Cabelo**. Revista Gazeta de Cuba– Unión de escritores y Artista de Cuba, janeiro-fevereiro de 2005. Tradução do espanhol: Lia Maria dos Santos. Retirado do blog coletivomarias.blogspot.com/.../alisando-o-nossocabelo.html.

BAITELLO JR., Norval. **A era da iconofagia– ensaios de comunicação e cultura**. São Paulo: Hacker, 2005.

CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os sentidos da moda: vestuário, comunicação e cultura**. São Paulo: Annablu me, 2005, 146 páginas.

FIGUEIREDO, Ângela. “**Cabelo, cabeleira, cabeluda e descabelada**”: **Identidade, Consumo e Manipulação da Aparência entre os Negros Brasileiros**. XXVI Reunião Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais: GT 17- Relações Raciais e Etnicidade, Caxambu, p. 1-14, Outubro 2002.

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio Apicuri, 2016.

HALL, Stuart. **O papel da representação: Representação, sentido e linguagem**. In: **Cultura e Representação**. Rio de Janeiro: PUC-Rio: Apicuri, 2016. cap. 1, p. 31-53.

HALL, Stuart. **Da diáspora: Identidades e mediações culturais** / Stuart Hall; Organização Liv Sovik; Tradução Adelaine ta Guardia Resende... let all.-Belo Horizonte: Editora UFMG; Bensilis: Representação da UNESCO no Brasil, 2005. 434 p. (Humanitas).

Mídia e racismo / Roberto Carlos da Silva Borges e Rosane Borges (orgs.).- Petrópolis, RJ : DPet Alí ; Brasília, DF : ABPN, 2012. 248p. (Negras e Negros : Pesquisa e Debates).

MITRAUD, F. S. **Comunicação, consumo e o corpo-multidão. Mídias primária e secundária em tempos de pós-modernidade**. Comunicon 2016, São Paulo, p. 1-14, 14 out. 2016.

PIROLA, Maria Nazareth Bis; CIDREIRA, Renata Pitombo. **A dimensão ativista no universo da moda: aparência como luta e resistência nas marcas Goya Lopes, Katuka Africanidades e Meninos Rei**. Intercom– Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação– Univali, ano 2024, p. 1-7, 5 set. 2024.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2004.

SODRÉ, Muniz. **Claros e escuros identidade, povo e mídia no Brasil**/ Muniz Sodré. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

SOUZA, Neusa Santos. **Tornar-se Negro: As Vicissitudes da Identidade do Negro Brasileiro em Ascensão Social**. São Paulo: Editora Ática, 1983.