

A ESTÉTICA NEGRA EM SALVADOR (1996 – 2005)

Cassi Ladi Reis Coutinho *

Resumo: O objetivo deste artigo é investigar e discutir o processo de emergência e institucionalização¹ de uma estética² negra em Salvador, enfocando em especial a moda e penteados associados ao cabelo. Para entender a relação entre o processo de afirmação étnica negra – em particular – no que tange a estética – e o mercado (indústria de cosméticos, mídia, etc.) é necessário. Pretendo analisar a forma como a estética negra vem tomando espaço no mercado comercial brasileiro e como contribui para o fortalecimento de uma auto-afirmação dos afro-descendentes. E investigar em que medida essa estética pode ser considerado um processo de afirmação sociocultural dos negros ou não e um produto do consumo absorvido pela indústria do comportamento, pela massificação dos meios de comunicação.

Palavras -Chave: Cabelo; Comportamento; Identidade

Abstract: The objective this article is investigate and discusses the emergency process and institute black aesthetics in Salvador, look out in special the fashion and hairstyle. For understand the

Keywords: Hair, Behavior, Identify

O CABELO DO NEGRO: ESTÉTICA E AUTO-ESTIMA

No Brasil, temos assistido, ao longo dos anos, o crescimento de uma estética negra com uma valorização positiva de aspectos fenótipos “naturais”. Podemos verificar uma maior aceitação ou menor rejeição pela sociedade em geral de um modelo de pentear/adornar os cabelos que diferem do baseado no “padrão europeu”.

Nos Estados Unidos surgiram movimentos que lutaram pelos direitos dos negros com variadas estratégias, entre outras de modificação do padrão de beleza, baseado numa estética branca. Por exemplo, na década de 1960: “A Fuller Products Company fatura mais de 10 milhões de dólares com o lançamento de cremes para branquear a pele e alisar o cabelo. A propaganda promete com isso, o fim da discriminação” (FAUSTINO, 1998: 51). Empresas como esta continuam faturando com a falsa propaganda de modificação dos fenótipos dos negros.

* Mestranda do Programa de Pós-Graduação em História Regional e Local, na linha de pesquisa Estudos sobre Trajetórias de Populações Afro-Brasileiras, na Universidade do Estado da Bahia

¹ Emprego este termo no sentido de um ato de estabelecimento, criação, instauração.

² Entende-se por estética negra, conceitos e juízos de beleza baseados nas características dos negros

Na África, as mulheres consomem produtos para branquear a pele. O sucesso destes produtos é devido à insatisfação da maioria da população negra com as suas características físicas, gestando uma “necessidade” de mudar e de assumir um padrão de beleza branca muito grande. Em contraponto com esta situação surgiu o movimento *Black Power*³, na década de 1960, caracterizado pelo uso dos cabelos sem intervenção química ou física para “alisar”, o que foi definido como “natural”, por jovens negros, juntamente com este movimento surgiu o slogan “*Black is beautiful*” defendendo a afirmação de que “ser negro é lindo”.

Na década de 1970, segundo Márcio J. de Macedo, outro movimento que modificou a imagem do negro como “feio” foi o rastafarianismo, que repercutiu na figura de Bob Marley e da explosão do *reggae music*.⁴ O “rastaman”, como é conhecido o adepto da religião, sustenta seus *dreadlocks* e tem sua “filosofia de vida baseada na mistura de elementos da tradição judaico-cristã com a história da África, especificamente a Etiópia”. (VISUAL DA RAÇA, 1997: 36-37)⁵ Eles consideram o imperador da Etiópia, Ras Tafari Makonen (este é o título de Haile Selassié I), a forma humana de Deus (Jah).

Segundo Macedo, através destes penteados os negros mostravam sua insatisfação acerca de como eram tratados ao longo dos anos. (MACEDO, 2004: 1)

As tranças dreadlocks foram tomadas pelo ativismo negro de várias partes do mundo como uma forma de afirmação da identidade negra e de posicionamento político, algo que já havia acontecido com o corte “afro” ou black power na década anterior. Além desse aspecto político, esses fatos demonstravam que era possível criar um estilo negro próprio, desde que começássemos a valorizar o nosso corpo de forma sincera e livre de estereótipos.

Esta discussão remete ao cabelo o papel de símbolo de resistência de uma cultura imposta, que ao invés de assumir a suas características estimula a sua modificação. Vovô, presidente do Ilê Aiyê, defende, na matéria do “A Tarde”, que a consciência cultural começa nos cabelos. O seu cabelo *rastafari* é tido, por ele, como um sinal de luta pela resistência (A TARDE, 2000: 7).

Em fevereiro de 1975 saiu, pela primeira vez no carnaval de Salvador, o bloco Ilê Aiyê, em plena ditadura militar. O Ilê trazia em suas músicas a temática da afirmação do negro,

³ Expressão que significa poder negro criada por Stokely Carmichael. Este movimento surgiu, no final dos anos 60 em oposição a direção reformista do movimento pelos direitos civis – no sul dos EUA e em outras partes da América do norte.

⁴ Gênero musical desenvolvido na Jamaica em 1960

⁵ “A palavra dread teve origem na Jamaica e significa ameaça ou perigo. (...) Atualmente, a palavra dread é usada para definir um estilo de cabelo. (...) Dreadlock são cabelos que se enrolam naturalmente e não voltam a sua forma original, a não ser que sejam cortados.” ISSO é dread, sim!

valorizando o cabelo, as vestimentas, a magia do candomblé, a cultura e tradições. A saída do Ilê representou para uma parcela do povo negro uma expressão da busca pela auto-afirmação.

Um dos objetivos do Ilê era justamente o de dar visibilidade ao negro que assumia um papel secundário no carnaval e dentro da sociedade. A Noite da Beleza Negra foi um dos projetos do Ilê Aiyê que teve grande repercussão na discussão sobre a auto-afirmação e na valorização de uma beleza negra.

Nesse evento, que ainda acontece, é escolhida a negra mais bonita do Ilê Aiyê, a Deusa do Ébano, aquela que irá reinar durante um ano, participando das atividades do bloco. Os pré-requisitos analisados para a escolha da rainha são os penteados, dança, vestimentas. Além disso, a candidata deve ter consciência da sua negritude e ter participação na sua sociedade.

Fazendo uma análise de como a beleza negra começa a tomar espaço na sociedade baiana, acredita-se que seja interessante fazê-lo através de um fator que gera bastante discussão entre os negros(as) da sociedade: o cabelo. “O elemento em cima do negro, da estética negra, um dos elementos que mais incomoda tanto ao branco quanto ao próprio negro é é é a história do cabelo”.⁶ Isto porque este é um ponto importante na vida do negro, principalmente da mulher, o que não significa dizer que o homem não se preocupe com isto, porém este fator não faz com que este se sinta tão diminuído por não ter uma das suas características físicas aceitas pela sociedade. Porém, se formos analisar a concepção defendida por alguns homens, como Ronaldinho o fenômeno do futebol, que andou afirmando que não era negro e verificarmos que ele mantém a sua cabeça raspada o tempo todo. Podemos até chegar a conclusão de que este é um artifício utilizado pelo homem para fugir de uma das características físicas marcantes que o negro possui.

Hildegardes Viana defende: “O cabelo duro, para o homem de cor, não pesava tanto, a ponto de se transformar em problema. Bastava cortar o cabelo bem rente ao casco” (VIANNA,1979:138). Porém no mesmo capítulo chama a atenção para relação entre os homens de cabeça raspada e a marginalidade, como afirma:

Só os mandiguerotes, ladrões, desordeiros, malandrêus ou que nome tivessem, cultivavam uma basta gaforinha, sem complexos de espécie alguma. O verdadeiro matagal de fios duros emaranhados servia para acomodar a navalha traiçoeira, surgida em momentos críticos, ou algum cilindro pequeno com pó venoso destinado a sortilégios. Por isto, a primeira providência da polícia, quando fisgava o marginal, era tirar os botões da sua calça para evitar fuga. Em seguida raspar a cabeça para ver o que é que havia.

Cabeça pelada era cabeça de ladrão.

⁶ Arani Santana, Pedagoga, 51 anos. Entrevista realizada em Salvador, Itapuã, 2003. Depoimento citado.

Para a mulher era diferente, o cabelo representava um símbolo de beleza que compunha a sua estética. A partir deste ponto, existe uma série de discussões relacionadas com o cabelo do negro e a principal dela é o significado que foi criado sobre este. "Cabelo de bombril, esponja, piaçava, pucumã, cabelo ruim", as mulheres de cabelos crespos crescem ouvindo frases como essas repetidas vezes na maioria dos ambientes que frequenta. O cabelo foi, e continua sendo, um símbolo que demarcava a sua origem "racial". Para as mulheres lidar com o cabelo sempre foi extremamente complicado e existia uma insatisfação desta com seu cabelo independente da forma que ele se apresente. A folclorista baiana Hildegardes Vianna enumerou apelidos pejorativos, comuns e correntes na sociedade baiana para classificar o cabelo dos negros, dentre eles: "(...) cabeça seca, cabeça fria, cabeleira xoxô, cabelo de romper fronha, cabelo de perder missa, cabelo amoroso ao casco, cabeleira de sebo, cabeleira teimosa, pão de leite, etc" (VIANNA, 1979: 138). Afrânio Peixoto defendeu em *Breviário da Bahia* que o feio da raça não era sua cor, mas sim o seu cabelo. Peixoto afirmou que torços e panos eram utilizados para esconder a *cabeleira dura*, conceito que difere do defendido e aceito pelos africanos, que utilizam seus torços e panos para rituais ou para compor as cabeças das mulheres, ou homens, como é o caso da religião muçulmana. Segundo matéria da Visual da Raça (FERREIRA & NASCIMENTO, 1998: 22-25):

Para muitos povos a cabeça é tida como lugar da inteligência, do destino e da personalidade. Sendo assim, não é de se estranhar que o hábito de cobri-la ou ornamentá-la de alguma forma e para determinadas circunstâncias esteja presente em quase todas as sociedades.

Adornar ou cobrir a cabeça pode significar muitas coisas, de acordo com os costumes de cada região. Entre os mulçumanos, por exemplo, já foi sinal de desrespeito ficar com a cabeça descoberta na presença de visitas, ao passo que as antigas cortes européias desrespeitoso era não cobri-la na presença de superiores. Em vários países da África, os turbantes são indumentárias comuns. Oriundos do universo masculino, eles fazem parte do vestuário árabe e africano há séculos, tendo como principal função proteger a cabeça do sol forte.

O cabelo sempre teve um significado para o africano e seus penteados demonstravam o resgate da memória, cultura e religião. Segundo Raul Lody, o cabelo é um indício marcante da procedência étnica e é através dele que o negro hoje assume sua estética na sociedade. Nilma Lino Gomes relata no seu livro *Sem perder a raiz* os diversos significados que o cabelo crespo possuía nas comunidades africanas e as resignificações que este cabelo vem tomando dentro da sociedade atual. Discorre também sobre as diferenças dadas as artes e adornos corporais nas diversas etnias e o significado simbólico dos penteados. (GOMES, 2006: 351)

Tradicionalmente, os penteados dessas africanas cumpriam função simbólica importante ao classificar as mulheres em diferentes idades, de acordo com ciclo biológico. Eram, portanto, uma forma de identificação.
(...)

Muitos integrantes dessas sociedades, incluindo os wolof, mende, mandigo e iorubas, foram escravizados e trazidos para o Novo Mundo. Nessas culturas o cabelo era parte integrante de um complexo sistema de linguagem. Desde o surgimento da civilização africana, o estilo do cabelo tem sido usado para indicar o estado civil, a origem geográfica, a idade, a religião, a identidade étnica, a riqueza e a posição social das pessoas. Em algumas culturas, sobrenome de uma pessoa podia ser descoberto simplesmente pelo exame do cabelo, uma pessoa podia ser descoberto simplesmente pelo exame do cabelo, uma vez que cada clã tinha o seu próprio e único estilo.

O significado social do cabelo era uma riqueza para o africano. Dessa forma, os aspectos estéticos assumiam lugar de importância na vida cultural das diferentes etnias.

Até por volta de 1990, na Bahia, era difícil se encontrar mulheres que desenvolvessem penteados afros, como afirma (RISÉRIO, 1981:102) “(...) os penteados afro. Eles se encontram, atualmente, no estágio de arte corporal, ainda não diluída em salões de beleza. E são tão poucas as cabeleireiras afro, aqui, que acho até que conheço todas elas, de Ura a Dete”. Era difícil encontrar salões que tratassem do cabelo afro. Era mais fácil encontrar mulheres especializadas em passar ferro, “fritar” os cabelos. O uso do cabelo afro estava muito relacionado com momentos festivos, especificamente com o carnaval.

O que acontecia era que a grande maioria não tinha coragem de se assumir, ninguém queria ser chamado de negro, ficando isso relacionado às pessoas que estavam envolvidas com música, dança e o movimento negro e os poucos que se assumiam sofriam com a discriminação. Esse temor em se assumir mostra o quanto a sociedade era preconceituosa e de certa forma fazia com que o negro tomasse como seu, para ser aceito, um padrão estético do branco.

A museóloga Rita Maia, doutouranda em comunicação e estudiosa em beleza, arte e estética negras define (BARROS, 2003: 5):

‘Antes o negro não expunha seus traços, pois a características de sua raça não eram consideradas bonitas’, comenta. Era comum, segundo a museóloga, as negras tentarem disfarçar seus traços (como nariz e lábios grossos), cabelo e cor da pele, na tentativa de atingir o padrão branco.

Um exemplo dado por Rita Maia é o da cantora americana Josephine Baker, famosa nos anos 20. ‘Ela costumava passar suco de limão na pele para clareá-la e usava muita maquiagem, sempre para amenizar os traços’, conta. Rita Maia ainda lembra do costume de se alisarem os cabelos, que era praticamente uma regra para todas as artistas negras do início do século.

Na entrevista que Negra Jhô concede no livro de Raul Lody, ela deixa claro que cinco anos atrás era difícil uma mulher negra assumir tranças nos seus cabelos, pois era mais fácil ela alisar (fritar) ou escová-lo. As pessoas que a procuravam eram turistas que tinham curiosidade e vontade de fazer nos cabelos tranças, amarrar torços, fazer penteados diversos

(LODY, 2004: 119 -123). Negra Jhô é trançadeira do Pelourinho, reconhecida nacional e internacionalmente pelo seu trabalho com trançados, penteados afro e torços. Em entrevista concedida ao Correio da Bahia, diz que nasceu com a carapinha sarará e que não crescia, o que fazia com que grande parte de sua família zombasse dela, chamando-a de John (João), o que gerou o apelido que usa até hoje. No início do seu trabalho como cabeleireira de penteados afro, botou a cadeira em pleno largo do Pelourinho para fazer o cabelo dos fregueses, pois o salão só viria mais tarde. Hoje, ela ocupa o lugar de uma das melhores cabeleireiras de penteados afro com reconhecimento nacional. Chegou a ser titulada como Baiana Símbolo no carnaval de 2003, quando o tema foi “Carnaval das Baianas”.⁷

A ESTÉTICA NEGRA E O MERCADO PRODUTOR-CONSUMIDOR DE BELEZA E CULTURA

Na sua monografia *Beleza Pura: símbolos e economia ao redor do cabelo negro*, Ângela Figueiredo chama a atenção para o fato de que a manipulação do cabelo envolve o aspecto econômico e de consciência, na medida em que os métodos utilizados de alisar os cabelos têm relação com o custo que este vai ter. Outro ponto ressaltado pela autora é a relação entre a posição social e o fenótipo, e que este é exigido quando se pede uma boa aparência, estando esta relacionada à cor e ao cabelo (FIGUEIREDO, 1998:38). E esta aparência é base de mecanismos de exclusão, pois é determinado, através dele, o embranquecimento, principalmente da mulher negra, para ser aceita pela sociedade, pois os pré-requisitos de uma boa aparência são jovem, branca e ter o cabelo “liso”. Por mais que se negue a existência destes pré-requisitos podemos verificar que exigência de currículo com foto chega para demarcar ainda mais esta discussão já que agora fica mais fácil eliminar da disputa do mercado de trabalho pessoas que apresentem na foto uma estética fora dos padrões exigidos. Fazendo uma relação entre esta discussão e a entrevista realizada com Janete Ribeiro, quando questionada quais eram os motivos que a faziam preferir alisar o cabelo, respondeu: “Não me pressiona, mas vejo a necessidade de ter um cabelo sempre arrumado e bonito, aliás, preciso, pois trabalho, às vezes, com eventos”⁸. Porém no decorrer da entrevista deixou escapar que seu chefe não iria gostar de vê-la com o cabelo trançado. Provavelmente esta era uma das atitudes que impulsionavam a mulher negra a alisar seu cabelo indo a busca de uma imagem determinada por padrões impostos pela sociedade.

⁷ Regina Bochicchio. “Baiano – símbolo”. *Correio da Bahia*. Salvador-Ba, 26 dez. 2002. Perfil. p.11

⁸ Janete Ribeiro Coutinho, Secretaria, 42 anos. Entrevista realizada em Salvador, Engenho Velho da Federação, 2006. Depoimento citado

O mercado de cosméticos cresceu bastante e a chegada do alisante revolucionou a maneira com que as mulheres passaram a alisar seus cabelos. Substituiu-se o ferro por um método que necessita de manutenção, com cremes específicos, após sua aplicação, o que criou uma rotatividade imensa no mercado. Com afirma Arani Santana,

Essa coisa do cabelo que foi uma tortura pra todos nós, tanto o branco criticava o nosso cabelo, quanto nós sofriamos com este cabelo porque nós queríamos um cabelo mais próximo do padrão branco por força de tanto cantarem que é negativo, que é feio que fede, cabelo ruim, cabelo ruim, cabelo duro, cabelo de carapinha, cabelo de carapicho, cabelo de bombril. Você ouviu isto a sua vida inteira e quando começa a indústria dos produtos dos alisantes, rela, alisamento a negrada começa a alisar seus cabelos porque para ter acesso a um emprego é preciso que esteja, tenha boa aparência e a aparência da gente sempre foi muito mais o cabelo do que a cara. Se você tem um cabelo liso você é mais ou menos aceita, você se aproxima um pouco do padrão branco.⁹

Após as conquistas dos movimentos e manifestações que têm como objetivo a igualdade e luta contra o preconceito e discriminação raciais, verificamos a ampliação de um mercado direcionado aos afro-descendentes, que vem atraindo muitos investimentos e capital. De certa forma, é necessário que os negros se identifiquem com os produtos que irão comprar, especialmente se trazem suas imagens; porém não se deve descartar a idéia de que o mercado se aproveitou deste momento para lucrar com uma discussão em desenvolvimento. Na matéria do Folha de São Paulo, Cintia Regina, 20 anos, define: “O negro agora virou moda. Antes, as agências convencionais nos mandavam alisar o cabelo” (FOLHA DE SÃO PAULO, 1995: 6).

A partir disso, é viável fazer a discussão sobre o crescimento do mercado, tendo como foco “o negro”. Produtos baseados numa certa “busca da auto-estima do negro” resultaram na implantação de produção de bonecas, produtos de beleza, desodorantes, shampoos, dentre outros produtos. Além disso, surgiu, em setembro de 1996, a revista “Raça”, direcionada à discussão sobre a situação do negro no Brasil, com matérias de destaque para moda, entrevistas com negros consagrados na sociedade brasileira ou em outros países, tal qual o modelo de outras revistas há muito tempo no mercado, como Cláudia, Marie Claire, dentre outras. O discurso dos seus editores é o de que o fato de a revista ser direcionada para afro-descendentes não significa que estejam copiando a discriminação racial, mas que isso é um rebate do movimento negro, pois durante muito tempo existiram revistas que traziam nas suas páginas apenas pessoas brancas, e ninguém questionava os editores por isso. Segundo os editores da revista, ela é direcionada para aqueles que se sintam interessados em comprá-la.

⁹ Arani Santana, Pedagoga, 51 anos. Entrevista realizada em Salvador, Itapuã, 2003. Depoimento citado.

Esta discussão sobre o mercado consumidor que se formou sobre os produtos gerados pelo mercado, direcionados para o negro, possibilita uma relação com a idéia de “*indústria cultural*” e “*fetichismo econômico*” discutida por Marcuse e a apropriação do mercado para lucrar feita por Bell Hooks. Chama-nos a atenção a manipulação ideológica, através da cultura popular, levando os indivíduos ao consumo desnecessário, baseado apenas na ilusão de que esse consumo se faz necessário. Este discurso reforça o que é defendido por Bell Hooks e Abdias do Nascimento no que tange a mercantilização da imagem estereotipada do negro tendo como objetivo o lucro. Para tal, ocorre uma apropriação de uma imagem criada de sentidos pejorativos e que agrada ao mercado consumidor. Este fortalece esta imagem vendendo pacotes de uma imagem racista e preconceituosa.

Dentro desta análise do crescimento na venda de produtos para alisar cabelo e desestímulo na valorização de uma estética negra. Não poderia deixar de citar um conto de Cuti que acredito representar de que forma se lidava com a situação (CUTI, 1996: 118-119).

No cabelo crespo deu um jeito. Produtos químicos e, fim! Ficou esvoaçante e submetido diariamente a uma drástica auditoria no couro cabeludo, para evitar que as raízes pusessem as manguinhas de fora. Qualquer indício, munia-se de pasta alisante, ferro e outro que tais e...

Lá um dia, veio alguém com a notícia de “alisamento permanente”. Era passar o produto nos cabelos uma só vez e pronto, livrava-se de ficar de olho nas raízes. (...) Jussara deixou-se influenciar. (...) Com as queimaduras químicas na cabeça, foi internada às pressas, depois de alguns espasmos e desmaios.

Na manhã seguinte, ao abrir com dificuldade os olhos, no leito do hospital, um enfermeiro crioulo perguntou-lhe: Tá melhor, negã? Ela desmaiou de novo.

Neste trecho fica explícita, tanto a necessidade de esconder as raízes afro como o crescimento da indústria direcionada a realizar o sonho de livrar algumas mulheres do trabalho com o seu cabelo. É importante citar a carioca Heloísa Helena de Assis, que em entrevista na revista “Veja”, discorre sobre as experiências que fez para a criação de um produto que relaxa e hidrata o cabelo crespo, tirando-lhe o volume sem perder os cachos (JOLY, 2006:88). Na entrevista ela afirma,

Seu objetivo era atender a um desejo de quase todas as mulheres (o “quase”, aqui, é uma concessão à retórica feminista): arranjar namorado. De acordo com Zica, no caso das negras, o cabelo crespo às vezes prejudica bastante a consecução desse objetivo. Ela própria fornece o exemplo para essa tese. (...) O máximo que conseguiu foi ganhar um concurso de penteado black power. (...) O primeiro namorado só apareceu aos 16 anos, depois que ela se rendeu aos cremes alisantes.

Este discurso demonstra a visão preconceituosa que se tem acerca do cabelo crespo que acaba se tornando um símbolo de insatisfação do negro, que não consciente do seu papel na

sociedade reproduz a visão daqueles que acreditam que o cabelo crespo é ruim, fortalecendo uma imagem criada sobre o negro dentro da sociedade.

Acredito que os movimentos gerados ao longo destes anos, estão contribuindo para a formação de uma discussão sobre uma estética negra, que além de resgatar a cultura dos negros, cria modificações que contribuem para a sua aceitação na sociedade como tal e não mais como um indivíduo que se utiliza do padrão europeu para ganhar espaço. Além disto, verifica-se diante deste crescimento o aproveitamento do mercado para lucrar através da formação de produtos específicos. Isto não significa dizer que não sejam necessários os negros buscarem uma identificação com os produtos através da imagem que os definem como sendo para afro-descendentes, mas sim que este mercado vem se utilizando dessa necessidade para juntamente com o fetiche, manipular a população negra à compra destes produtos.

Diante disto, verificamos que hoje está na moda ser negro, e se assumir como tal, principalmente com um mercado que disposto a oferecer uma gama de produtos para esses consumidores. A questão é que a moda passa. E fica a questão: as pessoas que se relacionam com essa moda conseguiram construir uma consciência do que é ser negro no Brasil?

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BOCHICCHIO, Regina. “Baiano – símbolo”. *Correio da Bahia*. Salvador-Ba, 26 dez. 2002. Perfil. p.11
- CÚTI. “Incidente na raiz”. *In: Negros em Contos*. Belo Horizonte: Mazza Edições, 1996. p.118 e 119
- FAUSTINO, Oswald. A década que mudou tudo. *Revista Raça*. São Paulo, Editora Símbolo, nº. 26, Ano 3, out. 1998, PP. 50 – 52. p. 51.
- FIGUEIREDO, Ângela. *Beleza pura: símbolos e economia ao redor do cabelo negro*. Monografia para conclusão do curso de Ciências Sociais. Universidade Federal da Bahia, 1998. p.38
- FERREIRA, Ivonne e NASCIMENTO, Carla. A Magia dos turbantes. *Visual da Raça*, São Paulo, Editora Símbolo, nº. 12, Ano 2, 1998, pp. 22 - 25.
- GOMES, Nilma Lino. Sem perder a raiz: Corpo e cabelo como símbolos da identidade negra. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. p.351
- JOLY, Heloisa. “A Domadora de Cabeleiras”. *In: Veja*. 18 /01/ 2006, p. 88.
- LODY, Raul Giovanni. *Cabelos de axé: identidade e resistência*. Rio de Janeiro: Ed. SENAC Nacional, 2004. p. 119 e 123

MACEDO, Márcio José. “Quero uma nega de cabelo duro”. São Paulo: Disponível em:

www.afirma.inf.br, 23/09/2004. Acesso em: 21/11/2005. p. 1

RISÉRIO, Antonio. *Carnaval Ijexá*. Salvador: Corrupio, 1981. p.102

SANTANA, Arani. Pedagoga, 51 anos. Entrevista realizada em Salvador, Itapuã, 2003.

Depoimento citado.

VIANNA, Hildegardes. *A Bahia já foi assim: crônicas de costumes*. 2ª ed. Rio de Janeiro:

GRD, 1979. p.138

“Beleza Negra” *A Tarde*. *Apud*. Manuela Barros. Edição especial: Consciência Negra 20 de Novembro. Salvador, 20 nov. 2003, p 5.

“Teen negra gosta mais do corpo que branca”. *Folha de São Paulo*. *Apud*. Ronaldo Soares. Folhateen. São Paulo, 14 ago. 1995, p 6.

“Marca registrada que dá trabalho” *In: A Tarde*. Salvador-Ba: 30/04/2000, *A Tarde – Local*, p.7.

Visual da Raça, São Paulo, Editora Símbolo, nº. 8, Ano 1, 1997, pp. 36 – 38. p. 37