

**86%** dos homens negros não mudariam nada na aparência e 82% dos pardos também não



**74%** das mulheres negras não mudariam nada em sua aparência e 70% das pardas também não

# Orgulho da raça negra vai dos pés à cabeça, mas engancha no cabelo

**77%** dos negros e pardos não mudariam nada na sua aparência

**23%** dos entrevistados gostariam de mudar algo na aparência

A cabeleireira Solange Conceição Dias trança o cabelo de uma cliente em seu salão IBI, na av. Paulista, em São Paulo



Paulo Giandala/Folha Imagem

**FERNANDA SCALZO**  
Da Reportagem Local

A população negra brasileira aparece como bastante orgulhosa de sua imagem na pesquisa realizada pelo Datafolha: 77% dos entrevistados não querem mudar nada em sua aparência.

Mas, entre os que querem mudar algo, o cabelo, eterno alvo de piadas e preconceito, vem em primeiro lugar. Segundo a pesquisa, 8% dos entrevistados gostariam de mudar o cabelo, índice que vai a 12% entre as mulheres. Nos salões especializados em cabelos afro, um "boom" de cosméticos importados mostra que os profissionais já perceberam o mercado ávido por produtos nessa área.

Os cosméticos nacionais para cabelos de negros se limitaram a desenvolver as fórmulas caseiras que usavam soda cáustica para alisar. Estão sendo desbancados pelo "relaxamento", uma técnica que, além de não agredir o couro cabeludo, valoriza os cachos e a aparência natural.

"Toda avó tem uma receita para deixar o cabelo 'bom'", diz com ironia Clodoaldo Arruda, 22, rapper e colaborador da revista "Pode Crê!". "Tem mãe que nem deixa a filha ir à festa se não alisar o cabe-

lo", acrescenta.

A idéia de "cabelo ruim" é quase uma tradição. A maioria das negras sofreu quando menina nas mãos de mães que alisavam seus cabelos com pente quente. A senadora Benedita da Silva e sua cabeleireira, Day, lembram os tempos em que eram obrigadas a alisar os cabelos. "Era um crime passar soda cáustica na cabeça de uma criança", diz a cabeleireira.

"Poucos negros no Brasil têm síndrome de Michael Jackson, de querer mudar a cor da pele ou o nariz. Mas o cabelo pega muito forte ainda", diz Arruda, rapper do Resumo do Jazz.

Hoje, uma nova estética que chega via rappers norte-americanos valoriza as diferenças, as tranças, e o cabelo "black power" volta às ruas na onda dos anos 70.

Orgulho é com os negros americanos. Um estudo realizado na Universidade de Arizona, publicado pela revista "Newsweek", mostra que 70% das adolescentes negras americanas estão satisfeitas com sua aparência. Entre as garotas brancas, 90% gostariam de ser mais magras e estão insatisfeitas.

No Brasil não é muito diferente: somente 8% das mulheres negras gostariam de mudar alguma coisa no seu corpo.

**"Era um crime passar soda cáustica na cabeça de uma criança para alisar o cabelo"**

## A SENADORA

Patricia Santos/Folha Imagem

### Benedita já alisou para 'ser bonita'

Da Sucursal do Rio

"Já alisei, passei pasta, tudo para entrar no estereótipo da mulher bonita: de pele clara, cabelo liso, feições finas. Agora já podemos assumir nossa negritude", diz a senadora Benedita da Silva.

Há quinze anos, Benedita, 53, cuida dos cabelos com Idalice M. Bastos, 45, a Day (lê-se Dá), dona do salão AfroDay, no Rio.

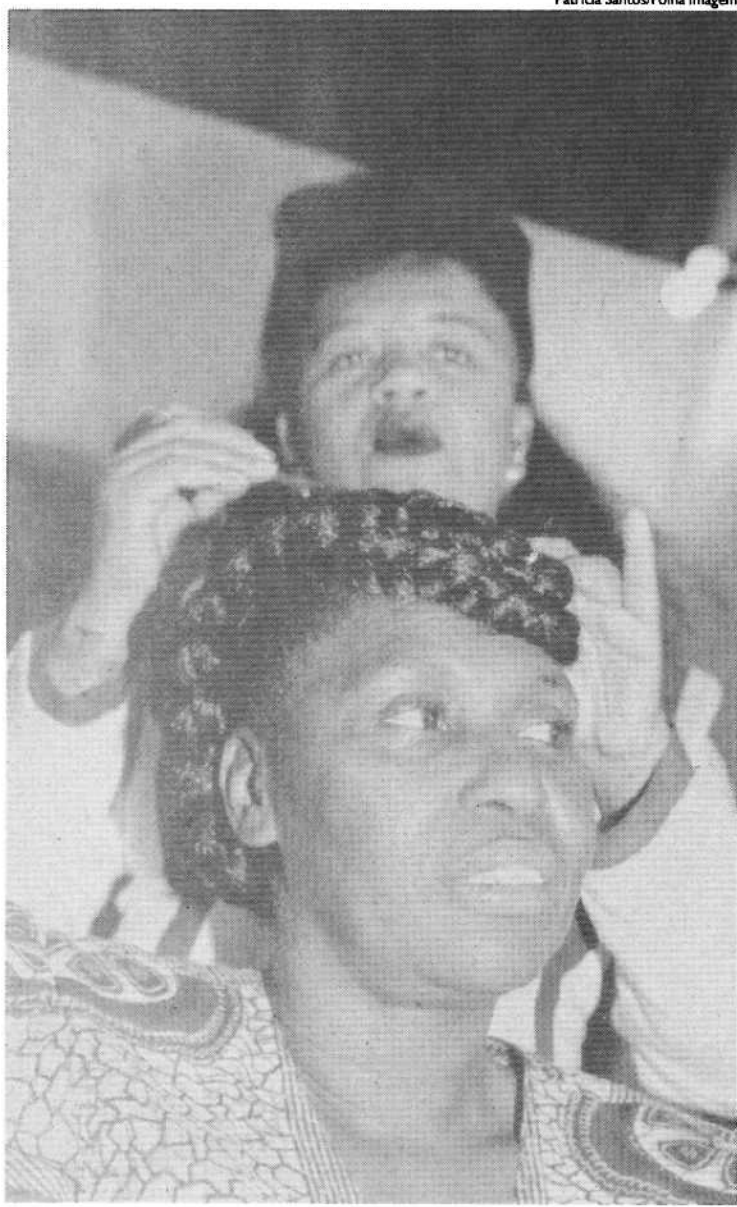
A cabeleireira é tão importante na vida da senadora (PT-RJ) que foi sua convidada de honra na cerimônia de posse no Senado.

Day conta que seu aprendizado foi longo. "Cresci ouvindo que o cabelo dos negros era ruim", diz a cabeleireira, que começou a trabalhar aos 14 anos.

Na época, ela usava ferros quentes, pasta e henê para alisar os cabelos —seus e de suas clientes. Agora usa cremes naturais a base de pepino, cenoura, mamona e óleo de ricino.

Benedita acredita que a situação do negro consumidor já melhorou. Há alguns anos, era impossível encontrar maquiagem para a pele negra, por exemplo.

Nilcéia, 33, filha de Benedita, compra os produtos da marca paulista Muene —caros, segundo a senadora. (Cristina Grillo)



A senadora Benedita da Silva e sua cabeleireira, Day

## A CABELEIREIRA

Paulo Giandala/Folha Imagem

### Cabelo loiro já é usado sem culpa

Da Reportagem Local

"Quando eu era criança, pensava 'que pena que sou neguinha'. Hoje é 'que legal que sou neguinha'", diz Silvana Gurgel, 31, cabeleireira da MTV. "Hoje as pessoas são mais felizes por serem negras."

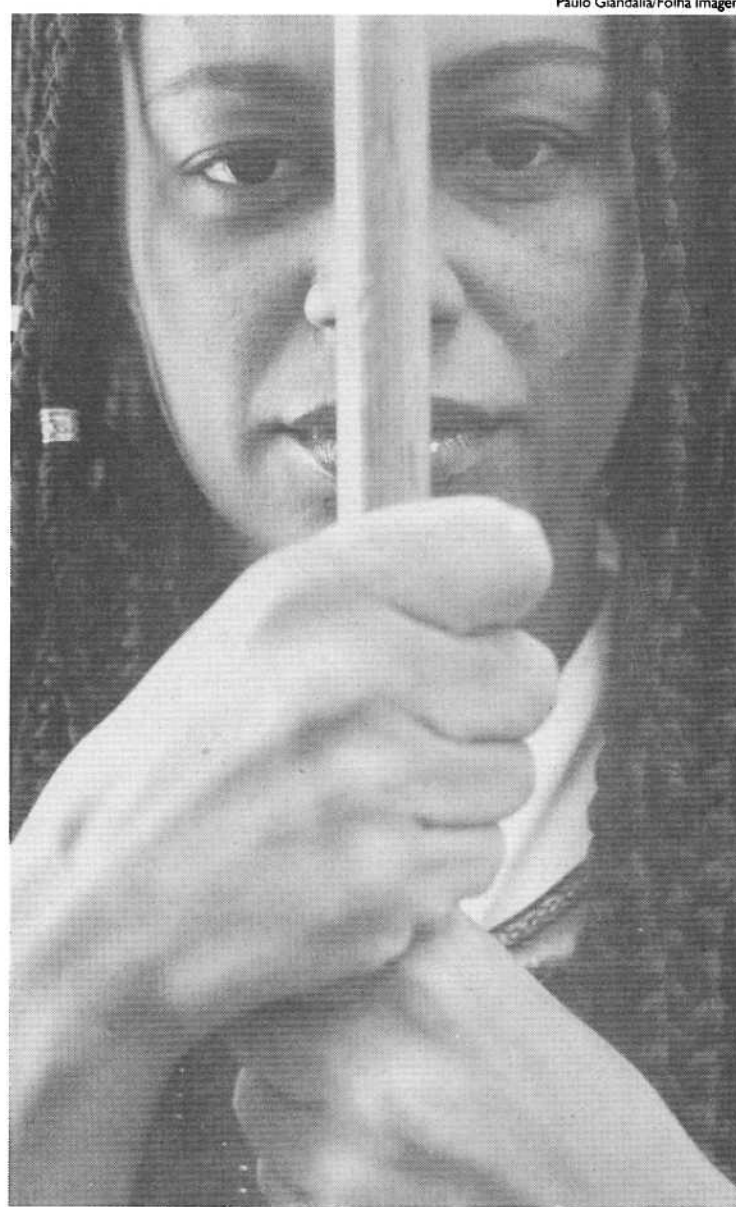
Silvana acredita que o cinema e a TV estão trazendo para os negros brasileiros uma "nova postura e um novo visual", inspirados nos americanos.

O novo visual inclui tranças, cabelo loiro, ruivo, o que quiser. Silvana já pintou seus cabelos de loiro e atualmente usa tranças.

"Hoje a possibilidade de mudança é grande. Fico contente de poder fazer o que quiser sem culpa. Antes as pessoas alisavam o cabelo e se sentiam culpadas, porque isso estava ligado à estética do branco", diz Silvana.

Segundo ela, os adolescentes, sobretudo, investem nessa nova estética. "sem aquela coisa pesada de insistir no preconceito".

Silvana luta Naginata, uma arte medieval japonesa que usa uma espada de 2m15cm. Em julho, ela vai ao Japão representar o Brasil, ao lado de um brasileiro de ascendência portuguesa e outro de japonesa. (FS)



Silvana, cabeleireira, com sua espada de Naginata

## Importados invadem salões

Da Reportagem Local

Os especialistas são unânimes quanto à superioridade dos produtos para cabelo importados, que já podem ser encontrados em salões e perfumarias no Brasil.

"O profissional tem mais segurança ao trabalhar com os importados", diz Solange Dias, 32, do salão IBI. "A maioria dos produtos nacionais traz soda cáustica", diz Gedalva Menezes Dória, 51, do salão Magnu's.

Segundo Marcus B. Ginjas, 38, diretor da Care Cosméticos, que importa os produtos americanos da Pró-Line, existe "um mercado abandonado" nessa área.

A Care Cosméticos recebe pessoas de vários Estados para o treinamento que oferece no uso dos produtos. A linha da Pró-Line tem produtos para relaxamento e hidratação (leia quadro ao lado), que podem ser usados em casa.

Gedalva usa em seu salão Magnu's produtos franceses do laboratório M.A.I. Embora sejam caros, Gedalva acredita que as pessoas pagam o preço porque vêem o resultado. O Magnu's importa uma linha especializada para crianças, área em que nenhuma empresa nacional atua.

Outros produtos que se encontram no mercado são as linhas americanas Soft-Sheen e TC-B.

## COMO CUIDAR DO SEU CABELO

Editoria de Arte/Folha Imagem

### Relaxamento

Técnica mais moderna do que o alisamento. O resultado depende do padrão original dos cabelos. Se o cabelo for muito crespo, fica frisado. Se for mais liso, pode simplesmente corrigir algumas curvas. É parecido com o suporte de permanente e é feito na raiz do cabelo, que fica mais solta e abaixada. O serviço não sai por menos de R\$ 50.

### Hidratação

Tratamento especial para os cabelos afros, que costumam ser oleosos no couro cabeludo e secos nas pontas. São indicadas no mínimo quatro sessões. O preço varia entre R\$ 20 e R\$ 30 por sessão.

### Permanente

No permanente, não importa o padrão original do cabelo, porque este é desfeito e o cabeleireiro "monta" o cabelo como quiser. O "curly" é um permanente próprio para cabelos afro e muda o padrão dos cachos. O preço do permanente pode variar de R\$ 50 a R\$ 200, dependendo do salão e dos produtos usados.

### Tranças

As tranças podem ser feitas com o próprio cabelo da pessoa ou com colocação. Podem ser usados fios de náilon ou fios de cabelo natural, o que torna o serviço bem mais caro. Trançar o próprio cabelo pode custar R\$ 30.

## Maquiagem é outro problema

Da Reportagem Local

Assim como os cabelos, a pele da mulher negra requer cuidados e sobretudo uma maquiagem com tons apropriados. Segundo dados da revista "Nouvelles Esthétiques", há 35 tons de pele negra.

No Brasil, a Muene começou a fabricar maquiagem própria para negros. A cabeleireira Silvana Gurgel, da MTV, diz que acaba usando maquiagem para teatro na TV porque nessa área encontra uma diversidade maior de tons.

"Muitas TVs nem sequer têm luz para a pele negra. A luz é sempre regulada para a pele branca", diz Silvana.

"A pele do negro é mais oleosa e a mulher brasileira não tem cultura de como usar a maquiagem corretamente", diz Solange Conceição Dias, proprietária do IBI.

Em seu salão, Solange utiliza e revende três linhas de maquiagem importadas: a da modelo Iman, mais sofisticada e cara, a Black Radiance, mais popular, e a linha profissional da Dudley's.

No Magnu's, Gedalva Dória trabalha com a linha profissional espanhola Laurendor, que também revende em seu salão.

IBI (av. Paulista, 1.499, loja 37/38, tel. 011/251-5844, zona central de SP); Magnu's (av. Pacaembu, 1.029, tel. 011/826-8066, zona oeste de SP); Muene (r. 24 de Maio, 116, 1º andar, loja 18, tel. 011/572-4660, zona central de SP).