

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC
SISTEMA NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL - SENAI
CURSO DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA**

BEATRIZ DOS SANTOS BITENCOURT

A VISIBILIDADE DE MODELOS NEGRAS NO MERCADO DA MODA

CRICIÚMA

2022

BEATRIZ DOS SANTOS BITENCOURT

A VISIBILIDADE DE MODELOS NEGRAS NO MERCADO DA MODA

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado para obtenção do grau de Tecnólogo no curso de Tecnologia em Design de Moda da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC/SENAI.

Orientadora: Prof. ^a Ma. Maria Julia de Lima Dassoler

CRICIÚMA

2022

BEATRIZ DOS SANTOS BITENCOURT

A VISIBILIDADE DE MODELOS NEGRAS NO MERCADO DA MODA

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado pela Banca Examinadora para obtenção do Grau de Tecnólogo no curso de Tecnologia em Design de Moda da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC/SENAI, com Linha de Pesquisa em modelos negras e o mercado de moda.

Criciúma, 29 de junho de 2022.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Maria Julia de Lima Dassoler - Mestra - (UDESC) - Orientadora

Prof. Anelise Lalau - Especialista - (SENAC)

Prof. Caroline de Lima Dassoler - Especialista

Dedico este trabalho aos meus pais Sargi Bitencourt e Geani Vieira dos Santos, por todo o esforço e por caminharem comigo até este momento.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, serei grata à minha família, em especial aos meus pais, Sargi e Geani, por serem a minha base neste período de graduação.

A minha orientadora Maria Júlia Dassoler, por todo carinho, dedicação, paciência e profissionalismo durante todo o trajeto da presente pesquisa. Aos demais parceiros da instituição UNESC/SENAI que me ajudaram nesse processo.

E a Deus, por estar presente em todos os momentos, acalentando e mandando forças para a realização dos meus objetivos.

**“As modelos negras não são uma
tendência, viemos para ficar .”**

Naomi Campbell

RESUMO

Esta pesquisa tem por objetivo analisar os aspectos sociais, culturais e históricos que levaram à invisibilidade das modelos negras no mercado de moda. Seguindo esse pressuposto a pesquisa se dispõe a compreender questões históricas, sociais e culturais dessa problemática, por meio de pesquisa bibliográfica. A partir disso, a análise de dados se baseou em uma entrevista com uma modelo negra local, o estudo de algumas capas da revista *Marie Claire* e a releitura da mesma com uma mulher negra em destaque.

Palavras-chave: Modelos negras. Moda. Preconceito.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Mulher negra ama de leite de criança branca.	14
Figura 2 - Ilustração “We can do it!”	17
Figura 3 - Escolaridade de Ensino Médio completo, entre homens e mulheres, pretos, brancos e pardos.	19
Figura 4 - Modelo Aline Carmo para a marca Mocha	22
Figura 5 - Modelo Luana Genot	22
Figura 6 - Propaganda da cerveja Devassa - Tropical Dark	24
Figura 7 - Imagem do filme “Espelho, espelho meu” (2012)	26
Figura 8 - Top model brasileira Gisele Bundchen	27
Figura 9 - Modelo Naomi Campbell para Vogue Brasil	30
Figura 10 - Modelo Dorothea Towles para Ebony	31
Figura 11 - Texto publicado no <i>instagram</i> da modelo Olivia Anakwe	34
Figura 12 - Imagem da diversidade dos tons de base da <i>Fenty Beauty</i>	36
Figura 13 - Imagem das bases Negra Rosa	36
Figura 14 - Mapa mental do detalhamento da revisão bibliográfica	40
Figura 15 - Capa de revista Marie Claire - Jan/2019	42
Figura 16 - Capa da revista Marie Claire 333 - Maio/2019	43
Figura 17 - Capa da revista Marie Claire 348 - Março/2020	43
Figura 18 - Capa da revista Marie Claire 349 - Abril/2020	44
Figura 19 - Capa da revista Marie Claire 350 - Maio-Junho/2020	45
Figura 20 - Capa da revista Marie Claire 352 - Julho-Agosto/2020	46
Figura 21 - Capa da revista Marie Claire 354 - Setembro/2020	46
Figura 22 - Capa da revista Marie Claire 355 - Outubro/2020	47
Figura 23 - Capa da revista Marie Claire 356 - Novembro/2020	47
Figura 24 - Releitura da capa 333 - maio/2019	50
Figura 25 - Releitura da capa 348 - Março/2020	51
Figura 26 - Releitura da capa 352 - Junho-Agosto/2020	51
Figura 27 - Releitura da capa 355 - Outubro/2020	52

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
UNESC	Universidade do Extremo Sul Catarinense
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e estatística
IMC	Índice de Massa Corporal
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
BID	Banco Internacional de Desenvolvimento

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 MULHER NEGRA	14
2.1 A MULHER NO MERCADO DE TRABALHO	16
2.2 A MULHER NEGRA NA MODA	20
2.3 A MULHER NEGRA NAS MÍDIAS	22
3 MERCADO DE MODA PARA MULHERES NEGRAS	24
3.1 PADRÕES DE BELEZA NA MODA	25
3.2 MODELOS NEGRAS	28
3.2.1 DIFICULDADES DE PRODUÇÃO DE MODA PARA MODELOS NEGRAS	32
4 METODOLOGIA	36
5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	38
5.1 ANÁLISE DE CAMPANHAS DA REVISTA MARIE CLAIRE DE 2019 E 2020	39
5.2 ENTREVISTA COM MODELO NEGRA	47
5.3 REEDIÇÃO DE 4 CAPAS DA REVISTA MARIE CLAIRE	49
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
REFERÊNCIAS	55
APÊNDICE A – ENTREVISTA COM MODELO NEGRA	

1 INTRODUÇÃO

Historicamente é observado uma baixa na participação de modelos negras em campanhas e desfiles de grandes marcas. É clara a percepção do preconceito instaurado nesta problemática, já que mulheres negras foram vistas como símbolo de objetificação e imagem de coadjuvante desde a época da escravidão, servindo aos seus senhores como divertimento sexual e como donas de casa e babás.

A indústria e “ditadores” da moda, desde os tempos imperiais, vem moldando a forma da mulher perfeita - alta, magra, branca, cabelos lisos e olhos claros -, padrões que são considerados inatingíveis para a maioria do público consumidor. Andam nas passarelas a cada temporada vestindo conceitos que, para a maioria da população feminina são inalcançáveis, pois o padrão da mulher atual, não é alta e magra. Por exemplo, no Brasil, segundo dados do Vigitel 2019, 53,9% das mulheres brasileiras estão obesas (IMC¹ acima de 25). Esses padrões também se fazem presente atrás das cortinas dos desfiles, sendo perceptível a presença mínima de modelos negras em desfiles e editoriais de grandes marcas.

Segundo Chagas (2017), em 2009, após acordos, entre o Ministério Público e a empresa Luminosidade Marketing & Produções (organizadora do São Paulo Fashion Week), foi estabelecida que as semanas de moda brasileiras deveriam ter, pelo menos, 10% de profissionais negros, englobando todos os setores que trabalharam nos desfiles e não apenas modelos. Destaca-se que a maior parte do Brasil é constituída por pessoas negras (56,10%, segundo dados do Pnad 2018) e apenas no estado de São Paulo 1/3 da população trabalha com moda. A partir da compreensão das informações acima, dá-se conta das raízes do preconceito em questões raciais que andam junto à sociedade.

A moda virou um sistema importante dentro da sociedade e das diversas culturas. Isso porque, por meio da roupa, as pessoas conseguem identificar o estilo e os gostos de alguém e se distinguir. Porém, os padrões estéticos que a moda dita perseguem as mulheres desde os tempos imperiais, sendo que cada época exigia um padrão de beleza ideal, tendo como principal influência, padrões sociais, financeiros e políticos.

¹ IMC: ÍNDICE DE MASSA CORPORAL

Não diferente dos tempos antigos, a partir do século XXI as cantoras, atrizes, celebridades e modelos passaram a ser as “ditadoras da moda”, geralmente brancas, bronzeadas, magras e loiras. Essas mulheres eram idealizadas como símbolo do corpo perfeito e isso virou sinônimo de padrão para as marcas. Dessa maneira, modelos e celebridades negras não tinham tanta relevância para serem cotadas pelas grandes empresas.

O glamour visto nas passarelas e na vida dentro das redes sociais das modelos famosas no mundo da moda não expressa um por cento das dificuldades enfrentadas pelas mesmas. Para chegar até ali, a busca pela estética perfeita e a frustração por não conseguirem um trabalho com uma marca de renome é incessante. Frustração essa ainda mais comum na rotina de modelos negras do mundo todo, já que para elas não é só o cabelo e o corpo que influencia nessa escolha, mas também o tom de pele.

As modelos negras que possuem carreiras de sucesso no mercado mundial, em sua maioria, têm traços ocidentalizados (nariz fino, lábios pequenos, etc), que muitas vezes foram obtidos através de procedimentos estéticos. Além disso, um quesito que dificulta o trabalho dessas mulheres é a falta de profissionais especializados para mexer no seu tipo de cabelo e maquiar o seu tom de pele. Outro fator relevante é a falta de estudos, matérias, conteúdos que deem margem para falar desse assunto especificamente.

Com base nos aspectos mencionados, a presente pesquisa, estabelece a relação entre a história das modelos negras com o nascimento dos padrões de beleza, identificando como as mesmas estão inseridas nesse espaço, analisando as marcas de moda e entendendo o porquê de a inserção de mulheres negras no mercado da moda não acontecer - ou acontecer com tanta dificuldade -. Partindo desse pressuposto, foi realizado um estudo com o público voltado ao mercado de moda, preferencialmente profissionais das áreas de desfiles, *castings* e produção de moda, analisar-se-á marcas conceituadas, a fim de pontuar se existem modelos negras trabalhando e de que forma elas aparecem nos editoriais.

Torna-se relevante este estudo a estudantes e profissionais de moda, para que entendam a problemática, já que existem poucos artigos científicos especificados sobre modelos negras. Além disso, é importante que a academia saiba os vieses que contribuíram para que a exclusão da mulher negra no mercado

da moda aconteça e como profissionais podem fazer diferente, com um olhar mais diversificado.

Assim sendo, levantam-se questionamentos acerca dos apontamentos feitos anteriormente e tem-se como pergunta da pesquisa: Quais aspectos socioculturais influenciam na inserção de modelos negras no mercado de moda?

A fim de responder a essa questão, o objetivo geral do presente estudo é: Identificar como estão inseridas as modelos negras no mercado da moda e quais os fatores socioculturais que contribuíram neste processo. Para atingir tal objetivo, o estudo se divide em etapas por meio dos objetivos específicos:

- Estudar a história das modelos no mercado de moda e a sua relação com os padrões de beleza;
- Compreender as questões históricas, culturais e sociais, da mulher negra, que norteiam essa problemática;
- Averiguar a inserção dessas mulheres no mercado da moda e como parte da conclusão do trabalho, analisar algumas capas da revista Marie Claire dos anos de 2019 e 2020, fazendo uma releitura de algumas das mesmas e entrevista com uma modelo negra.

Para dar relevância à pesquisa, utilizou-se de procedimentos metodológicos que consistem em: quanto à natureza, caracteriza-se como aplicada, reunindo estudos e informações relevantes. Seguindo a proposta do objetivo, a pesquisa possui caráter exploratório e explicativo, deixando claro todos os aspectos estudados e as razões para tal fim.

A abordagem do problema é qualitativa e os procedimentos técnicos são acerca de pesquisa bibliográfica, sendo os principais autores Chagas (2017); Bruschini e Lombardi (2003); (LISBOA & DELEVATTI, 2015 *apud* MARTINS; KRUEL), (GOLDENBERG, 2006); Moraes (2009), e estudo de campo, estudando o que já se sabe do assunto e também trazendo informações de pessoas e grupos sociais que possuem dados a contribuir.

A coleta de dados se deu através da técnica de entrevistas semi-estruturadas, com profissionais da área, com o objetivo de obter informações exclusivas que agregassem à pesquisa. E a população utilizada para as entrevistas foi por meio da amostra sistemática, apenas profissionais do mundo da moda, que trabalham como modelos.

2 MULHER NEGRA

A desigualdade social com a população negra, mesmo que tenha evoluído, é visível. Os negros ainda são a maioria dentro das periferias, inclusive no número de homicídios nas cidades; não ocupam cargos de valor; e não recebem os salários mais altos. Se filtrar esse viés para mulheres negras, a situação piora, por muitas décadas vistas apenas como babás e empregadas, esse grupo obteve acesso a estudo e a cargos de competência poucos anos atrás (CHAGAS, 2017).

Esse preconceito que se tornou raiz ao longo da sociedade advém da exploração do continente Africano por parte dos Europeus, que além de se apropriarem das terras e da matéria-prima, levaram consigo a população africana em navios negreiros para serem de sua serventia. No mundo todo, escravos eram vendidos e comprados, quanto mais novo e forte, mais caro; os mais velhos eram deixados para morrer. Sendo escravos, trabalhavam dia e noite, em condições desumanas, pelo simples fato do cabelo, dos traços do rosto e da cor da pele serem diferentes das características europeias (CHAGAS, 2017).

Figura 1 - Mulher negra ama de leite de criança branca.



Fonte: Metrôpoles, 2019.²

Já as escravas eram destinadas a cuidar das crianças do senhor do engenho, dos afazeres domésticos e em muitos casos eram usadas para cunho

² Disponível em:

<https://www.metropoles.com/conceicao-freitas/ama-de-leite-a-mae-preta-que-criou-o-brasil-e-os-brasileiros> .Acesso em 04 junho 2022.

sexual. Segundo Davis (2016), os corpos negros sempre foram vistos como unidades de trabalho. Visto que hoje, ainda assim essas mulheres são maioria nos mesmos papéis que desenvolviam na escravidão, domésticas, babás etc.

Conforme Chagas (2017), a partir de 1800 muitos países começaram um processo lento de abolição da escravatura, porém, com o pós-escravidão os governos não se preocuparam, o negro não tinha uma moradia própria, pois vivia na casa dos seus “senhores”, a maioria não possuía alfabetização e não tinham empregos. Na mesma época, o fluxo migratório aumentou em países-colônia, o Brasil foi um deles.

De acordo com Giralda Seyferth (2002, p.120), a partir de 1880 o império do Brasil contratou agenciadores para seduzir imigrantes a trabalhar no Brasil, prometendo moradia, emprego e terras nas chamadas áreas coloniais. Esses agentes tinham uma lista das nacionalidades que esse imigrante poderia ter e todas eram europeias. Assim, diversos países como o Brasil desenvolveram uma miscigenação em seu povo.

De acordo com Teodoro (1996), o fim da escravidão não acabou com a discriminação que todas essas décadas de preconceito criaram, o negro visto como inferior era proibido de frequentar diversos lugares e em estabelecimentos, escolas, locais públicos, o banheiro do negro e do branco eram distintos. Por muitos anos foram vetados de estudo e trabalho digno, fazendo muitos acabarem na criminalidade e as mulheres na prostituição.

[...] políticas higienistas e eugenistas embasaram várias medidas de segregação racial. Uma delas, por exemplo, se efetivou através da estruturação do espaço geográfico, limitando a área de confluência entre os corpos considerados belos e saudáveis e a pele rude, com seus corpos maltrapilhos e doentes. Provavelmente, a formação dos bairros foi pensada politicamente para a separação higiênica e social, afastando desta forma a pobreza para bairros distantes (MATTOS, 2009, p. 46)

De acordo com Graham (1992), os empregos destinados à ex-escrava se difundiam em amas de leite, arrumadeiras, vendedoras de frutas e verduras nas ruas, mucamas, lavadeiras, costureiras e cozinheiras. Algumas recebiam diariamente ou semanalmente, outras faziam em troca de moradia, alimentação e outros favores. Serviços esses que são semelhantes aos praticados na época da escravatura.

Atualmente a predominância da mulher negra nesses cargos ainda é alta,

por conta do fruto do racismo e das raízes culturais e históricas. A falta de amparo ao negro no pós-abolição tem fator predominante nessa condição, onde o filho e a casa da mulher negra ficam soltos para que a mesma cuide dos filhos da família de classe média alta branca, pois a mulher branca conquistou o direito de ir a faculdade e trabalhar nas indústrias (PEREIRA, 2011).

Segundo dados do BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento) (2016), a parcela de brancos em empresas brasileiras é o dobro das de afrodescendentes, considerando cargos de chefia essa parcela é ainda menor. Já comparando com empregos que não precisam de qualificação profissional (coletores, babás, pedreiros etc) a quantidade de negros é muito alta.

2.1 A MULHER NO MERCADO DE TRABALHO

Após as radicais mudanças que o mundo vivia com a Revolução industrial³ e a ida dos homens para a Segunda Guerra Mundial, as mulheres precisaram deixar os trabalhos domésticos e os filhos para servirem de mão de obra nas indústrias e sustentar a casa. Abrindo caminhos para um longo processo de independência financeira, social e cultural para as mulheres, já que o homem era o alicerce da casa, de acordo com Bruschini e Lombardi (2003) os movimentos feministas da década de 70, impactou nos desejos dessa nova mulher, que começou a focar na sua profissionalização almejando carreira, com isso essas mudanças mudaram o perfil das famílias, o número de filhos diminuiu e a quantidade de mulheres criando seus filhos sozinhas aumentou.

De acordo com Maciel (2016), no período da Segunda Guerra Mundial, nos Estados Unidos, o designer gráfico Howard Miller criou uma ilustração para a fábrica WestingHouse Electric Corporation, que posteriormente ficaria famosa no mundo todo. A figura ilustra a trabalhadora Geraldine Hoff Doyle, com a frase “We can do it”, que significa “Nós podemos fazer isso”. Essa ilustração se trata de um incentivo para as mulheres ingressarem nas indústrias, já que os maridos foram para a guerra e as indústrias estavam sedentas por mão de obra.

³ Período que começou em 1760 na Inglaterra para o mundo, onde houve um grande desenvolvimento tecnológico e fabril, criando indústrias grandes como a Ford e fortalecendo o sistema capitalista.

Figura 2 - Ilustração “We can do it!”



Fonte: Capricho, 2018.⁴

Com esses impulsos a sociedade e a cultura mudaram, cresceu o percentual da classe média trabalhadora, o estilo de vida mudou (principalmente para as mulheres) os gostos, vestimentas e o comportamento, as taxas de alfabetização feminina aumentaram, elas estavam em bares e restaurantes, nas universidades, faziam encontros (fazendo crescer o movimento feminista) e nas indústrias, fazendo com que consequentemente as famílias tradicionais diminuíssem.

A jornada de trabalho dupla das mulheres também se tornou questão ao longo dos anos com o advento das mesmas nas indústrias. Esse foi um ponto ressaltado por Bittencourt (1980), que explica que mesmo as mulheres tendo conquistado maior participação e visibilidade fora dos serviços domésticos, podendo se igualar aos homens em posição de produção social, a segunda jornada relacionada aos trabalhos não visibilizados ainda se faz presente na vida das mesmas.

Essas demandas domésticas interferem diretamente na produtividade feminina dentro das empresas. Bruschini *et al* (2008) relata que em 2005, mulheres com filhos menores de 2 anos gastavam 35 horas semanais de atividades com os mesmos, demonstrando uma relativa improdutividade dentro das empresas.

⁴ Disponível em:

<https://capricho.abril.com.br/comportamento/a-historia-real-da-famosa-pin-up-do-cartaz-we-can-do-it/> .
Acesso em: 25 maio 2022.

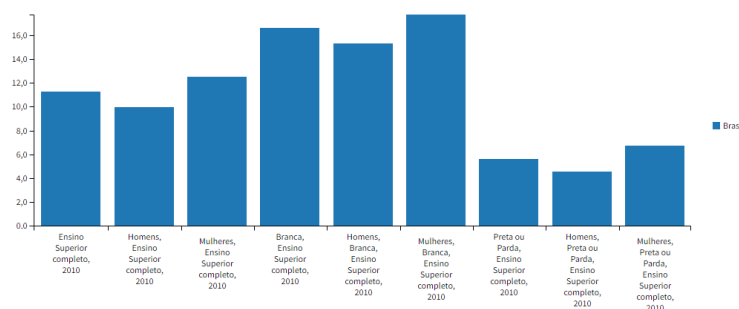
Porém mesmo com todos esses avanços que as mulheres vem conquistando desde a Revolução Industrial o machismo e o racismo ainda são questões fortes na sociedade, ainda mais no mercado de trabalho, onde o homem ainda detém a maior porcentagem nos melhores cargos e no salário, no que se trata das mulheres que são negras o cenário fica ainda pior, com menos oportunidades e o racismo estrutural que assola a sociedade, as mesmas têm dificuldade de conquistar melhor condições e serem aceitas no mercado.

O racismo estrutural dificulta o crescimento e reconhecimento da população negra, ainda mais na questão das mulheres, que além dos fatores da inferioridade social por conta da raça, o sexismo por conta do gênero também se faz presente. Segundo Almeida (2018), racismo estrutural é uma discriminação por questões psicológicas, de uma pessoa mal informada, que acredita que a raça interfere na produtividade.

Nesse sentido, o racismo também superlativa os gêneros por meio de privilégios que advém da exploração e exclusão dos gêneros subalternos. Institui para os gêneros hegemônicos padrões que seriam inalcançáveis numa competição igualitária. A recorrente abusiva, a inflação de mulheres loiras, ou a "lorização", na televisão, é um exemplo dessa disparidade (CARNEIRO, 2003, p. 119).

Tanto o racismo quanto o machismo estrutural abordaram por muitas décadas a necessidade das mulheres precisarem ter como prioridade o casamento e a criação dos filhos, com isso, esse grupo entra na escola mais tarde e, conseqüentemente, no mercado de trabalho. Questões que justificam a falta de profissionalização da mulher e a disparidade entre os salários e as carreiras de uma mulher e um homem. Segundo análise feita acima, a Figura 1 apresenta as comparações entre o ensino superior completo, entre homens e mulheres:

Figura 3 - Escolaridade de Ensino Médio completo, entre homens e mulheres, pretos, brancos e pardos.



Fonte: IBGE, 2010⁵.

Com base no gráfico acima, pode-se observar a disparidade entre mulheres negras (7%) e homens brancos (15%), e quando se compara as negras com brancas, essa diferença é muito maior, ressaltando que esse preconceito social não se trata apenas de gênero, mas também de raça. No quesito empregatício, segundo dados divulgados pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) do ano de 2010, a mulher no Brasil ocupa apenas 34,7% dos cargos de gerência, apesar de se posicionarem melhor nos índices de escolaridade e em 2019 receberam apenas 77,7% dos rendimentos anuais do total dos rendimentos masculinos.

Segundo pesquisa do IBGE em 2019 a taxa de mulheres no mercado de trabalho aumentou 2.9 pontos percentuais em comparação a 2012, como um dos fatores pode-se apontar a crise econômica brasileira de 2014⁶, onde muitos homens foram demitidos ou tiveram seus salários reajustados, fazendo com que a mulher precisasse ajudar nas despesas domésticas, pontos como o crescimento do movimento feminista pela liberdade e independência feminina também são levantados. Porém a mulher continua ganhando menos e ocupando um espaço menor. O mercado de trabalho fica mais inacessível ainda para as mulheres com filhos pequenos, a pesquisa do IBGE aponta que, mulheres sem filhos são 67,2% e com filhos de até 3 anos 54,6%.

⁵ Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/apps/snig/v1/?loc=0&cat=-1,1,2,-2,3,4,48,128&ind=4699>. Acesso em 14 abr 2022.

⁶ Crise econômica e política que desencadeou em 2014 no Brasil, por conta dos escândalos de corrupção com a Operação Lava Jato, baixa das *Commodities*, diminuição da venda e capital de giro estrangeiro dentro do país e a queda do PIB.

Em participação nos setores, a mulher, principalmente negra, ainda é maioria em serviços domésticos e trabalhos sem carteira assinada. A não obrigatoriedade de qualificação para tal trabalho torna o salário menor, em média essas mulheres ganham até 2 salários mínimos mensais. De acordo com dados do IBGE (2002), quando a mulher negra trabalha sendo assalariada formalmente, são cargos de serviço público, como professora, cozinheira e alguns setores da saúde, resultando em 70% dessa categoria.

Atualmente a problemática da falta de estudo e inserção de negros em grandes organizações vem sendo discutida dentro dos órgãos governamentais, que procuram projetos e alternativas para a inserção dos negros como um todo nas universidades e nas empresas, sejam públicas ou privadas. Movimentos em favor da população negra, como a ONG Educafro, também têm debatido fortemente a questão da igualdade salarial e da hierarquia.

2.2 A MULHER NEGRA NA MODA

Como explica Hall (1997), a classificação pela cor da pele é uma forma de posicioná-lo dentro da sociedade nas divisões de poder, podendo ser o subalterno, o diferente, o igual e o dominante. Porém, os negros trazem uma cultura derivada de um fator histórico que deixou marca, a escravatura.

Como justificado por Chagas (2017), é difícil as marcas aceitarem mulheres negras em seus grandes desfiles, com a justificativa de que os modelos são escolhidos de acordo com a identidade da marca e o público-alvo. Grande parcela da população negra vive em zonas periféricas, trazendo, assim, a pauta de que os negros não têm poder de compra ativa e quando tem, não faz parte de um número significativo nos indicadores.

O relato de algumas modelos negras mostra a situação e a inferioridade que sofrem pelas mesmas no mundo da moda. Durante o programa da TV Globo, *Amor e sexo* (2017), apresentado por Fernanda Lima, a modelo Aline Carmo, relata as situações e condições de seu trabalho.

Segundo a modelo os cachês de modelos negras às vezes chegam a ser menores, além da falta de profissionais especializados em maquiagem e cabelo afro, para o cuidado visual das mesmas, a falta de outros profissionais negros no set, também é algo que incomoda, diretores, produtores, roteiristas etc. Carla relata

também a rivalidade que as próprias modelos negras têm entre si, já que na maioria dos cast's entra uma ou duas, elas se sentem rivais.

Figura 4 - Modelo Aline Carmo para a marca Mocha.



Fonte: Steph Munnier, 2016. ⁷

A também modelo, empresária e palestrante Luana Génot, em entrevista para a Agência Nacional de notícias France Press, em 2012, descreveu as dificuldades no processo de embelezamento, a dificuldade dos profissionais por não saberem maquiar seu tom de pele e cuidar de cabelos crespos:

Figura 5 - Modelo Luana Genot.



Fonte: Forbes, 2022. ⁸

⁷ Disponível em: <https://stephmunnier.com/album/beauty/>. Acesso em 14 out 2021.

⁸ Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-mulher/2022/05/luana-genot-luta-para-diminuir-o-racismo-no-mercado-de-trabalho/>. Acesso em 06 jun /2022

Me dizem com frequência "O que fazemos com o seu cabelo?". Colocam a minha maquiagem por último e dizem que é para que o pincel não fique com tons muito escuros. Nos dizem também que a coleção de inverno é para os brancos da Europa, ou até que os negros tem muito quadril e nadegas. Me impressiona ver que no Brasil, onde a metade da população descende de escravos negros, haja tão pouco espaço para nós. (GENOT, 2012).

Uma análise apresentada pelo trabalho de conclusão "O desafio da beleza negra no mundo da moda", de Elaine Chagas de Souza (2017), com algumas agências de modelos, realizou um comparativo entre agências de modelos, mostrando a disparidade em modelos brancas e modelos negras. Como por exemplo o *casting* da *Front Management* de 2017, seu quadro possuía 92 modelos, sendo 1 modelo negra, 13 modelos consideradas pardas. Já o *casting* da *Rio 40 Graus Models*, também de 2017, continha 30 modelos, 1 preta e 3 pardas. e a agência *Mega Model Brasil* no final de 2017, possuía 229 modelos, sendo 2 negras e 14 pardas.

Conforme Chagas (2017), comparado a outros países, o Brasil se mostra ainda muito relutante com a utilização de modelos negras, sendo um processo complicado de ser modificado, pois o cliente que escolhe a modelo que irá representar sua marca, as agências ficam de mãos atadas quanto a escolha dos seus clientes. Como forma de lançar essas modelos negras à fama, muitas são investidas para carreiras internacionais, visto que os europeus e americanos gostam do charme e da sedução que as mulheres negras possuem.

O fotógrafo Carlos Bessa, profissional da agência Elite, umas das mais imponentes no mundo, afirma que os donos das agências encaminham suas modelos para o exterior, pois o Brasil ainda nega essa profissional no mercado. O mesmo relata que na Europa o charme que elas têm dá um ar de exótico e as modelos são fotografadas o mais natural possível.

2.3 A MULHER NEGRA NAS MÍDIAS

As revistas de moda, por muitos anos, foram as queridinhas das mulheres, geralmente lançadas mensalmente, continham assuntos que prendiam a atenção do público feminino, como o tabu sobre sexo, as páginas de beleza, cultura, estilo de vida, moda e celebridades. O poder dessa mídia era a de mexer com os sentimentos

e o pensamento desse nicho, como afirma Farias (2003), a mídia pode ser interpretada como um resumo simbólico do pensamento social, ou seja, a mídia reflete o que o público acredita e deseja.

As capas das revistas tem o principal objetivo de chamar atenção, de despertar o desejo de consumir a revista e os assuntos que a mesma tem a oferecer, como afirma Bultoni (1981), todo conteúdo que contém dentro de uma revista, é diretamente ligado a um produto ou a um atrativo, que faça a pessoa comprar a revista e consumir o que está sendo divulgado dentro da mesma. Nesse cenário são colocadas celebridades, modelos e ícones da sociedade, que estão em alta ou que possuem propostas interessantes a contribuir, na capa das revistas, na maioria das vezes a negra não tem destaque nessas capas.

A sociedade desenvolveu um sentimento de hipersexualização da mulher negra que se espalhou por diversos segmentos da mídia, como por exemplo os comerciais de cerveja. Um caso polêmico que levantou essa questão foi a propaganda da cerveja devassa - Tropical Dark, que circulou nas revistas entre 2010 e 2011. Segundo reportagem da revista Veja de 2013⁹, a propaganda tinha os dizeres “ É pelo corpo que se conhece uma verdadeira negra” e a ilustração de uma mulher negra seminua ao lado, como podemos ver na figura 6 abaixo:

Figura 6 - Propaganda da cerveja Devassa - Tropical Dark



Fonte: Revista Veja, 2013.¹⁰

⁹ Reportagem disponível em:

<https://veja.abril.com.br/economia/brasil-kirin-pode-ser-punida-por-publicidade-da-devassa/> . Acesso em 21 jun 2022

¹⁰ Disponível em:

<https://veja.abril.com.br/wp-content/uploads/2016/06/economia-propaganda-devassa-mulher-negra-preconceito-20131004-01-original.jpeg> . Acesso em 21 jun 2022

3 MERCADO DE MODA PARA MULHERES NEGRAS

A percepção de que na indústria da moda não se tem mulheres negras trabalhando em grandes marcas é perceptível. Segundo Chagas (2017), os negros podem fazer o que quiser, porém quando transita em outros espaços que não são habituais, causa estranhamento e conseqüentemente expõe o racismo social difundido na sociedade. Ainda mais na moda, onde o glamour, as influências e a beleza são as grandes engrenagens desse sistema, que não tem espaço para inferioridade.

As modelos são o carro chefe de um desfile de coleção, elas engrandecem a peça, conta a história da mesma e precisa transmitir o que o cliente quer ver e desejar. Para as marcas o público negro não é ativo de compra, não compra nas melhores grifes e conseqüentemente não pode ser representado em suas modelos. Para Lopes (2007), a publicidade insiste em não associar a imagem do povo negro aos produtos que anuncia, mesmo aqueles sabidamente consumidos pelos afros em geral. Daí, o dilema, da jovem negra que se acha feia, por não se assemelhar aos modelos dos anúncios, pois não tem a pele clara, nem os mesmos cabelos loiros e sedosos.

“Os modelos negros são chamados quando são desfiles temáticos ou quando o estilista quer ser conhecido ou quer ser marcado porque colocou negros na passarela. A razão para que tão poucos negros ganhem as passarelas é a “falta de vergonha” da sociedade e a falta de preparo dos profissionais da área de moda”. (ARAÚJO, 2009).

A beleza negra, se vê em constante desafio, de precisar consumir produtos e não ter ninguém semelhante a si os usando, os representando. Como por exemplo as crianças, Lopes (2007) argumenta sobre a falta de bonecas que se assemelham a criança negra, para ele, o drama das meninas é que em suas fantasias maternas de infância, são obrigadas a embalar em seus colos as bonecas loiras e rosadas de sempre.

Como a discussão da falta de espaço de mulheres negras na moda, ainda é considerado um tabu e por mais que questões de inserção tenham evoluído mesmo que lentamente, ter visibilidade é algo que não se enquadra para todos.

3.1 PADRÕES DE BELEZA NA MODA

Em cada período histórico as sociedades tinham um padrão dentro do seu grupo, que era denominado mais forte, mais temido e mais belo e a figura feminina se mostrou mais adepta a essas mudanças, porque além de beleza e aspecto de saúde, a mulher também era um símbolo sexual, então precisava se mostrar no padrão de beleza denominado para atrair seu companheiro. (SPING & MENEGON, 1999 *apud* SAMPAIO; FERREIRA, 2009).

De acordo com Evans (2013), a busca pelo corpo perfeito, nem sempre é feita de forma saudável, por exemplo, as mulheres do século XIX, utilizavam espartilhos que por muitas vezes fraturaram suas costelas, de tão forte o nó, já que naquela época o padrão imposto era as cinturas finas, quadril largo e busto separado e o ícone da época era as rainhas e princesas. Com exemplo da imagem abaixo, no filme “Espelho, espelho meu” de 2012, o espartilho era puxado por uma máquina. No final do século XX, início do século XXI no Brasil, a mulher brasileira era baixa, tinha cabelos escuros e ondulados, corpo violão (cintura fina, quadril largo) e a pele bronzada.

Figura 7 - Imagem do filme “Espelho, espelho meu” (2012)



Fonte: Era Vitoriana, 2015.¹¹

A partir do século XXI com o advento da internet, a comunicação mundial se tornou mais rápida, com isso o padrão da mulher brasileira sofreu mudanças, pois a internet pregava as celebridades europeias como um padrão de beleza perfeito.

¹¹ Disponível em:

<https://eravitoriana.wordpress.com/2015/10/03/mitos-e-verdades-sobre-o-espartilho-no-corpo-da-mulher-no-seculo-19/>. Acesso em 18 mai 2022.

Atrizes, modelos, cantoras se tornaram o centro das atenções, elas que ditam o que está na moda em penteados de cabelo, roupas, acessórios e maquiagem, elas que aparecem nas novelas, programas de tv, nos sites de fofoca e que namoram os homens mais desejados, e essa é a vida perfeita, que muitas mulheres desejam, e esse sentimento alertou a mídia de lançar esse modelo de mulher e de vida como ideal. (GOLDENBERG, 2006).

No Brasil no final do século XX, os brasileiros ficaram extasiados com a beleza da top model Gisele Bündchen, os veículos midiáticos e os padrões de beleza da época, foram todos voltados a mesma. De acordo com Palomino (2003), a modelo revolucionou os padrões estéticos na moda, a mídia a apresentava como o novo rosto perfeito das câmeras, o corpo brasileiro passou a ser objeto de desejo no planeta.

Figura 8 - Top model brasileira Gisele Bündchen



Fonte: Revista L'official, 2020.¹²

Porém os sacrifícios feitos por essas celebridades, não são saudáveis. As agências de modelo padronizaram uma tabela de corpo ideal, para que as mesmas se mantenham dentro. Altura 1,74 m acima, quadril máximo 90cm e de cintura 60cm e a massa corporal precisa ser 20kg a menos que a altura.(LISBOA & DELEVATTI, 2015 *apud* MARTINS; KRUEL)

Dietas e treinos não dão um resultado esperado rapidamente, então muitas meninas optam por ficar sem comer ou comer e expurgar. Segundo reportagem do do jornal Correio Braziliense de 2009, essa questão desencadeou em 2008 um surto em casos de Bulimia e Anorexia nervosa, não apenas em modelos, mas também em meninas que se espelhavam nesses símbolos de beleza. Anorexia é considerada um transtorno alimentar, em que a pessoa vê seu corpo distorcido (maior do que realmente é) e desencadeia a Bulimia, também um transtorno alimentar compulsivo, fazendo exercícios e jejum em excesso ou após a refeição, fazer o expurgo (vomitar), além de poder levar ao óbito esses transtornos trazem diversas outras doenças como depressão, alterações de humor, doenças intestinais etc.

Segundo Adriano Segal (2009), diretor de Psiquiatria de transtorno alimentar da Associação Brasileira para o estudo da Obesidade e da Síndrome Metabólica (ABESO), 1% das mulheres no mundo sofrem de anorexia e 5% de bulimia. Números esses que recentemente vieram a questionar o mundo virtual, dos perigos que a falta de um emagrecimento saudável pode trazer e a importância da aceitação do seu corpo. O corpo deve ser belo e magro, pois se não houver o controle sobre o próprio corpo, a mulher estará em situação de fracasso absurdo, independente das conquistas sociais. (BARBOSA; SILVA, 2016)

3.2 MODELOS NEGRAS

Modelo profissional é aquele que, por meio do seu corpo e aparência, usa e representa produtos e marcas a fim de influenciar seu público. Na maioria das vezes a marca contrata um modelo que mais se pareça com sua identidade visual. Segundo Pitta (2008), antes de Charles Frederick Worth (o pai da alta-costura) utilizar pessoas vestindo suas roupas em um desfile em Paris no fim do século XIX,

¹² Disponível em: <https://www.revistalofficial.com.br/pop-culture/gisele-bundchen-comemora-40-anos> . Acesso em 15 jun 2022.

as peças eram expostas em manequins e apenas um público seletivo era convidado para as exposições, pois se tinha o medo de que fizessem cópias. A partir do século XX, outras capitais europeias e americanas, mesmo que pequenas, começaram a fazer desfiles mostrando as novas coleções aos seus compradores, porém, nada de imprensa e câmeras.

O glamour dos desfiles, com decorações, sons e locais prestigiados, só foram ocorrer depois da Segunda Guerra Mundial. Atualmente os desfiles tem proporções gigantes, diversas revistas, *influencers* e pessoas do meio artístico são convidadas para tal evento, as marcas gastam milhões de dólares em locações, músicos, efeitos especiais e principalmente em modelos. Com o aprimoramento dos eventos de desfiles ao longo dos anos, as modelos que usam as peças também tiveram que se adequar a essas mudanças. Os padrões construídos ao longo dos anos, efetivaram uma seleção mais rigorosa por conta das marcas e dos agenciadores, no momento da escolha das modelos que representará a marca, até porque, a modelo é aquela que vestirá e comunicará a peça ao público. (PITTA, 2008)

Uma reportagem feita pelo programa da TV Globo, Profissão Repórter¹³, mostrou a vida e o processo de escolha de modelos em uma agência de moda brasileira. O repórter Caco Barcellos e sua equipe mostraram a vida real de modelos que estão começando suas carreiras. A maioria vive em um apartamento todas juntas, onde dividem beliches, a alimentação é regulada, para sair durante a noite também, segundo Gisele, uma das modelos que moram no local, relata que para sair é necessário mandar um email 24 horas antes e as menores de idade não podem sair.

O programa também mostrou a loucura do SPFW, as modelos trocavam de roupa, arrumavam o cabelo e rapidamente Gisele a modelo citada acima desfilou 5 vezes na semana de moda, totalizando um cachê de quase 6 mil reais.

O mercado de moda revelou ao longo dos anos, *cases* de modelos negras que fizeram e fazem sucesso em desfiles das importantes marcas de grifes mundiais. As mesmas, além de serem poucas, também sofreram preconceito ao longo da sua carreira. Como modelos negras pioneiras nesse ramo, pode-se citar, por exemplo, a top model inglesa Naomi Campbell, a americana Dorothea Towles e a também americana Tyra Banks.

¹³O programa foi ao ar no dia 16 de junho de 2015. Disponível em : https://www.youtube.com/watch?v=1Pn8b_c4hLg.

Naomi Campbell é uma modelo negra inglesa de mãe jamaicana e pai desconhecido, nascida em 1970 na Inglaterra. Foi descoberta por agentes quando tinha 15 anos e estudava dança. Em 1986 a modelo apareceu na revista britânica Elle e a partir disso começou sua ascensão na moda. A partir de 1988, Naomi mudou-se diversas vezes, sendo a preferida dos fotógrafos e estilistas de grandes marcas, como por exemplo Versace.

Figura 9 - Modelo Naomi Campbell para Vogue Brasil



Fonte: Vogue Brasil, 2013. ¹⁴

¹⁴ Disponível em:

<https://vogue.globo.com/mundo-vogue/noticia/2013/04/first-look-naomi-campbell-na-capa-da-edicao-d-e-maio-da-vogue-brasil.html>. Acesso em: 15 jun 2022.

Campbell é de uma beleza exótica, porém de traços europeus, com isso, apesar de ser negra, não teve dificuldades em se inserir no mercado de moda. Além de marcas como Yves Saint Laurent, Dior e Versace, a modelo também foi convidada para ser a top model de 1995 do calendário famoso de Pneus Pirelli. Adjunto com a carreira de modelo, outros trabalhos como cantora, atriz e serviços de filantropia preencheram a agenda de Naomi (Buchmann, 2020). Atualmente, com 51 anos, solteira e mãe de uma menina, a mesma se dedica mais a TV as passarelas. Em 2013 lançou o reality "O rosto", de competição de modelos, além de estreias no cinema como o filme *Império*, de 2015.

Segundo Jones (2020), outra revelação do mundo da moda foi a modelo americana Dorothea Towles, filha de pais agricultores americanos. O seu sonho era ser atriz, porém, naquela época os papéis oferecidos para atores negros não eram nada favoráveis. Sendo assim, inscreveu-se em uma agência de modelo, sendo a primeira negra do curso. Alguns anos depois chamou atenção de Christian Dior.

Figura 10 - Modelo Dorothea Towles para Ebony.



Fonte: Fashionista de aluguel, 2016.¹⁵

Nos anos seguintes se tornou a preferida de Paris, mas passou por situações desagradáveis pelo seu tom de pele. Dorothea fotografaria para a revista Ebony, todavia o estilista Pierre Balmain não a permitiu vestir as peças, com a justificativa de que as clientes brancas ficariam ofendidas (Jones, 2020). No ateliê de Elsa Schiaparelli a modelo foi chamada de exótica por alguém da produção. Na mesma época começou a costurar suas próprias peças e realizou desfiles angariando fundos para a irmandade de mulheres negras na universidade americana.

De acordo com Moraes (2011), Tyra Banks é americana nascida em dezembro de 1973, mãe fotógrafa da NASA e pai consultor de computação. A modelo ganhou fama sendo uma angel da *Victoria 's Secret*, tornando-se uma das mulheres mais influentes do mundo. Nos anos 90 foi a primeira mulher negra a estampar a capa da revista GQ Magazine.

Atualmente a quantidade de modelos tem crescido gradualmente, além de Dorothea e Naomi, que tem rostos com traços europeus e são negras de cabelo liso, têm-se modelos que não possuem essas características que atraem mais as agências de modelo. Muitas passam por diversas dificuldades e preconceito pelos seus traços faciais, textura de cabelo etc.

3.2.1 DIFICULDADES DE PRODUÇÃO DE MODA PARA MODELOS NEGRAS

Mais um obstáculo que modelos negras enfrentam nos bastidores dos sets, é a dificuldade no momento da produção de cabelo e maquiagem. Infelizmente muitos profissionais se abstém de receber modelos negras em suas cadeiras, pelo preconceito e falta de profissionalismo para tratar do tom de pele e cabelo desse nicho. Diversas modelos já se viram desfilando nas passarelas com o rosto acinzentado de uma maquiagem mal feita e o cabelo mal feito pela falta de experiência.

A modelo francesa Melodie Monroe, em entrevista ao Página Journal (2021), relatou que os profissionais de beleza não tinham conhecimento em manusear o seu cabelo crespo. Isto é, após o frequente uso de chapinhas em uma

¹⁵ Disponível em:

<https://fashionistadealuguel.wordpress.com/2016/11/07/precisamos-falar-delas-dorothea-towles-church/>. Acesso em 15 jun 2022.

temperatura elevada, o cabelo da modelo quebrou inteiro, restabelecendo-se apenas 11 anos depois. Para Melodie já era normal ficar horas em casa arrumando seu cabelo, pois na produção do desfile não teria ninguém apto para isso.

As más experiências de modelos negras com a equipe de *hair* e *make* dos *casting's* continuam. A modelo nigeriana Olivia Anakwe, fez um post no seu *Instagram* em fevereiro de 2019, lamentando o racismo sofrido nos *backstages* e a falta de profissionais especializados na sua pele e seu cabelo (MODELO...2019)..

Figura 11 - Texto publicado no *instagram* da modelo Olivia Anakwe

olivia_anakwe

This message is to spread awareness & hopefully reach anyone in the hair field to expand their range of skills. Black models are still asking for just one hairstylist on every team no matter where your team is from to care for afro hair. I was asked to get out of an empty chair followed by having hairstylists blatantly turning their backs to me when I would walk up to them, to get my hair done. If I am asked to wear my natural hair to a show, the team should prepare the style just as they practice the look and demo for non-afro hair. I arrived backstage where they planned to do cornrows, but not one person on the team knew how to do them without admitting so. After one lady attempted and pulled my edges relentlessly, I stood up to find a model who could possibly do it. After asking two models and then the lead/only nail stylist, she was then taken away from her job to do my hair. This is not okay. This will never be okay. This needs to change. No matter how small your team is, make sure you have one person that is competent at doing afro texture hair care OR just hire a black hairstylist! Black hairstylists are required to know how to do everyone's hair, why does the same not apply to others? It does not matter if you don't specialize in afro hair, as a continuous learner in your field you should be open to what you have yet to accomplish; take a class. I was ignored, I was forgotten, and I felt that. Unfortunately I'm not alone, black models with afro texture hair continuously face these similar unfair and disheartening circumstances. It's 2019, it's time to do better. ||

#NaturalHair #ModelsofColor #BlackHairCare #HairCare #Message #Hair #Hairstyling #Backstage #BTS #AfroTexturedHair #Afro #POC #Braids #Message #Spreadtheword #Speak #Awareness #Growth #WorkingTogether #BlackGirlMagic #Melanin

view all 621 comments

olivia_anakwe
21.4K followers

View profile



View more on Instagram

8,019 likes

Fonte: Vogue Brasil, 2019.¹⁶

Nos trechos que seguem o texto da modelo, a mesma conta que as modelos negras pedem por apenas um profissional que saiba dominar o seu tipo de cabelo, que é constrangedor ela ver uma cadeira vazia ir até o cabeleireiro e o mesmo virar as costas para ela, a modelo exclama que isso não é normal, que por menor que seja a equipe de beleza, um profissional precisa entender de pele e cabelo negro. A mesma finalizou lamentando não ser a única, que muitos modelos passam por situações desanimadoras semelhantes e que isso está na hora de mudar.

Apesar dessa luta que as modelos negras sofrem há anos, existem profissionais negros especialistas em cabelo e pele negra no mercado, porém estes sofrem com o preconceito de contratação no mercado de moda (Marinelli, 2020). Artur Figueiredo de 30 anos, negro e especialista em maquiagem a 7 anos de todos os tipos de pele, disse a revista *Cláudia*¹⁷, publicada em novembro/2020, que a dificuldade que ele encontra no mercado é o rotulamento e o preconceito do mercado de moda, que tende a não contratá-lo por achar que o mesmo só realiza maquiagem em pele negra, já que para o casting não é vantagem um maquiador apenas de modelos negras.

De acordo com Nicaccio (2022), um movimento criado por 2 profissionais de beleza negra, Simone Tetteh e Maude Okrah, chamado Black Beauty Roster (BBR), o movimento faz o questionamento da falta de profissionais negros, pardos e amarelos nos set's de grandes e pequenas marcas, para *beauty* e *hair*. O movimento está tomando proporções grandes no mercado, contando até com a mentoria de Sir John, maquiador de famosas como a Beyoncé.

O objetivo do movimento é compartilhar experiências, início de carreira e até a diferença que a maquiagem demanda a cada ocasião da modelo, dos artistas e do evento. Em entrevista a *Allure* (2022), Sir John relata que se sente feliz de estar lutando não apenas por ele, mas por uma gama de profissionais e que sua importante missão é garantir que negros e negras continuem ocupando espaços e torcendo um pelo outro.

¹⁶ Disponível em:

<https://vogue.globo.com/moda/gente/noticia/2019/03/racismo-modelo-olivia-anakwe-faz-manifesto-sobre-falta-de-profissionais-especializados-em-cabelo-afro-no-mundo-da-moda.html> . Acesso em 13 jun 2022

¹⁷ Disponível em: <https://claudia.abril.com.br/beleza/profissionais-negros-moda-beleza/amp/> . Acesso em: 13 jun 2022

Uma outra dificuldade que tanto modelos quanto profissionais negros passam, é a falta de opções de produtos de maquiagem para pele negra. Marcas grandes criam um leque pequeno de tons de bases e pós para negras, além de alguns desses produtos serem caros. O jornal Correio do povo, elencou algumas marcas específicas para produtos de pele negra que estão em ascensão no mercado.

Segundo Saputo (2019), como revelação no mercado mundial está a marca Fenty Beauty da cantora Rihanna, a marca nasceu em 2017 com o intuito de trazer diversidade nos seus produtos, as bases contam com 40 opções de tons da pele branca mais clara a negra mais retinta e incluindo todos os fundos de pele, rosado, amarelado e avermelhado.

Figura 12 - Imagem da diversidade dos tons de base da *Fenty Beauty*



Fonte: Steel the look, 2020.¹⁸

Outra marca em ascensão no mercado nacional é a Negra Rosa, da blogueira e youtuber negra Rosangela José da Silva, que sentiu a necessidade de criar a marca pois a falta de produtos para pele negra era iminente (SILVA, 2016).

¹⁸ Disponível em: <https://stealthelook.com.br/fenty-beauty-5-maquiagens-queridinhas-da-rihanna/>. Acesso em 21 jun 2022

Figura 13 - Imagem das bases Negra Rosa



Fonte: Marie Claire, 2018.¹⁹

4 METODOLOGIA

O projeto de pesquisa é uma carta de intenções, apresentando de forma transparente o problema, o referencial e a metodologia utilizada (Vergara, 2010). Para o desenvolvimento de tal fez-se necessária a pesquisa bibliográfica acerca das raízes do preconceito com a mulher negra, em que momento ela se insere no mercado geral e qual espaço ocupa no mercado de moda e a coleta de dados foi realizada com o relato de uma modelo negra e um dono de agência de modelos.

Com isso, a pesquisa classifica-se como de natureza aplicada, pois as informações apresentadas foram aplicadas em uma releitura de algumas capas da revista Marie Claire, nos períodos de 2019 e 2020. Gil (2008, p.27) acrescenta que “a pesquisa aplicada, apresenta muitos pontos de contato com a pesquisa pura, pois depende de suas descobertas e se enriquece com seu desenvolvimento”.

¹⁹ Disponível em:

<https://revistamarieclaire.globo.com/Blogs/BlackGirlMagic/noticia/2018/04/negrasempreendedoras-negra-rosa-i-veste-em-bases-e-batons-para-pele-negra.html> . Acesso em 13 jun 2022

Seguindo a proposta do objetivo, a pesquisa possui caráter exploratório. Pois a presente pesquisa buscou esmiuçar a relação entre os motivos históricos que levaram a inferiorização da mulher negra na sociedade, a falta de inserção dessa mulher no mercado de trabalho e conseqüentemente no mercado da moda, trazendo uma releitura de algumas capas da revista Marie Claire de 2019 e 2020. De acordo com Gil (2010) o viés exploratório se mostra relevante para esmiuçar todos os aspectos de tal estudo, a fim de torná-lo mais familiar e evidente.

A problemática abordada dá-se de forma qualitativa, responsável pela utilização de várias técnicas de dados, como a observação participante, história ou relato de vida, entrevistas e entre outros (GIL, 2008). Pois analisa as mazelas que levaram a falta de inserção acerca das modelos negras, bem como o relato de uma modelo e de um dono de agência, um dos principais profissionais por trás desse nicho.

Para a obtenção dos objetivos da presente pesquisa os procedimentos técnicos foram realizados acerca de estudo de campo, que foi exemplificado por Fonseca (2002) como, procedimento que necessita de informações com as pessoas, seja em entrevistas, conversas, relatórios etc. Para a realização da pesquisa de campo, se fez necessária a pesquisa bibliográfica que como explica Fonseca (2002, p. 32) essa pesquisa é realizada com base em referenciais teóricos já existentes, disponíveis em meios eletrônicos (sites) ou físicos (livros, artigos), permitindo ao pesquisador conhecer o que já se sabe sobre determinado assunto.

Neste momento o propósito foi estudar e criar embasamento acerca dos conhecimentos que se fizeram necessários para a realização da pesquisa, como a mulher negra na escravidão e no pós, a inserção dessa mulher no mercado de trabalho e no mercado de moda e as dificuldades dentro desse meio. Os principais autores que se fizeram presente para dissertar sobre a mulher negra no mercado de trabalho e na moda foram Chagas (2017) e Bruschini e Lombardi (2003) e para abordar sobre mercado de moda para mulheres negras, os padrões impostos e as dificuldades passadas pelas mesmas, se destacaram (LISBOA & DELEVATTI, 2015 *apud* MARTINS; KRUEL), (GOLDENBERG, 2006) e Moraes (2009);

Em campo, coleta de dados foi realizada com a técnica de entrevistas semi-estruturadas, com profissionais da área, com o objetivo de obter informações exclusivas que agreguem à pesquisa. Justificando a entrevista com a modelo negra Anelise Lalau, questionando sobre sua vida como modelo e as dificuldades nesse

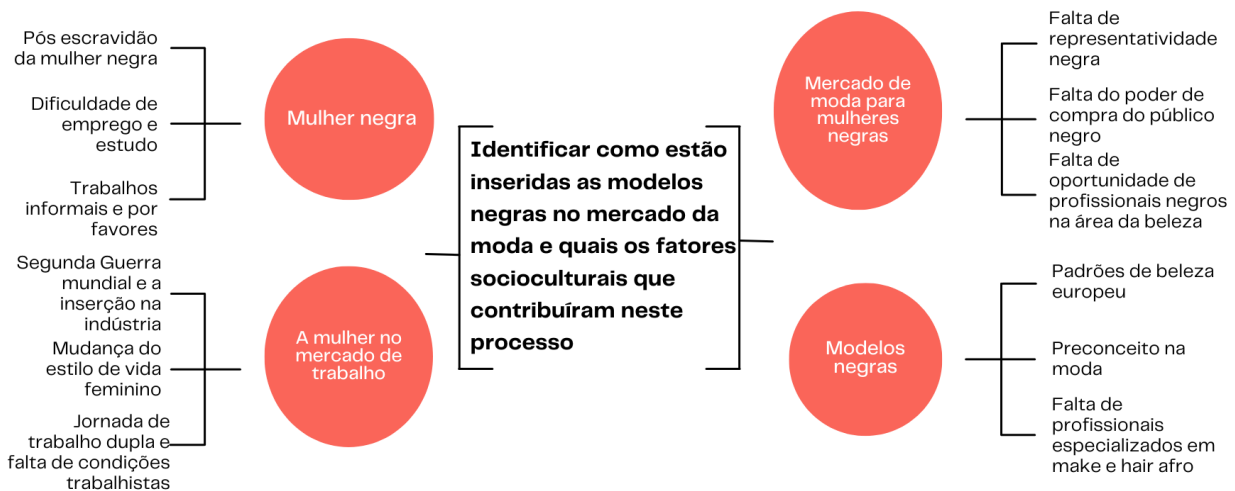
processo e o profissional Fernando Selau dono de uma agência de modelo com o intuito de entender o gosto do mercado e porque as modelos negras ainda não ganharam o espaço devido. A população utilizada para as entrevistas se deu por meio da amostra sistemática, com um profissional do mundo da moda e uma modelo negra.

No capítulo abaixo apresenta-se a análise de algumas edições da revista Marie Claire de 2019 e 2020, concluindo com uma releitura das mesmas com modelo negra na capa e os dados coletados através das entrevistas com uma modelo negra.

5 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Para desenvolvimento da pesquisa, a revisão bibliográfica se fez importante aliado, construindo embasamento para a análise a seguir. O estudo se fez fundamental para ciência e instrução sobre os assuntos escolhidos, aplicados nesta pesquisa. Os principais tópicos retirados da mesma, estão expostos na figura 11 a seguir.

Figura 14 - Mapa mental do detalhamento da revisão bibliográfica



Para o alcance do objetivo geral, foi necessária a realização da pesquisa bibliográfica, onde se entendeu primeiramente, como as mazelas históricas da escravidão do povo negro, por meio da exploração e invisibilidade da mulher negra perante a sociedade, influenciou na invisibilidade das mesmas no mercado da moda.

A mulher negra na era escrava não era considerada humana, os senhores brancos, as usavam como cunho sexual, amas de leite, serviçais, empregadas, dentre outras coisas, as tratando como objetos. E no pós escravidão a mesma, ficou invisível ao governo, sem amparo e ajuda para sua inserção no âmbito social, fazendo com que essas mulheres não tivessem um emprego digno para cuidar da casa e dos filhos, trabalhando muitas vezes por comida e favores e o direito da educação.

A inserção da mulher (não necessariamente negra) no mercado de trabalho e nos estudos só evoluiu com a ida dos homens para a Segunda Guerra Mundial, fazendo com que as mesmas adentrassem nas indústrias, tendo trabalho assalariado e frequentasse as universidades, sendo as chefes da casa e cuidando dos filhos. Porém o preconceito permaneceu mesmo com tais avanços, os

empregadores pagavam um salário menor às mulheres aos homens, sem alteração de carga horária, além de por muitas vezes negarem à mulher com filhos pequenos.

Essa invisibilidade também se dá na falta de representatividade negra na moda, a falta de grandes profissionais negros, dificulta a inserção dos mesmos no ramo, além de um mercado com poucas opções de produtos afro, que tragam qualidade, preço justo e representatividade. Por fim as modelos negras se vêm em um espaço pequeno de atuação, pois as grandes marcas não a vêem como um meio de divulgação forte para o seu produto, por achar que o negro não tem poder de compra e pela maioria branca não se sentir representado vendo uma modelo negra utilizando as roupas, não criando desejo de consumo.

As modelos por muitas vezes sentem na pele essa falta de interesse das marcas nas mesmas, pois as poucas que são escolhidas para desfiles e fotos, sofrem com o preconceito em que passam no set, sem um profissional qualificado para cuidar do seu cabelo e da sua pele e sem produtos específicos que atendam seu biotipo.

Com o embasamento da revisão bibliográfica em mãos, foi possível partir para o estudo de caso, através da análise de algumas edições de 2019 e 2020 da revista de moda Marie Claire, com o intuito de identificar a inserção de modelos e celebridades negras nas mesmas, a entrevista com a modelo criciumense Anelise Lalau, coletando diretamente com uma profissional do ramo as questões acerca dessa profissão, suas dificuldades e história e com todos os dados vistos acima a construção de uma releitura de quatro edições da revista Marie Claire com uma mulher negra.

5.1 ANÁLISE DE CAMPANHAS DA REVISTA MARIE CLAIRE DE 2019 E 2020

Dos diversos veículos de comunicação de moda, a revista se tornou um importante elemento, por falar com os leitores em segmentos (gênero, idade e diferentes comportamentos). A fácil aceitação das revistas se fez pela mesma ser portátil, fácil de usar e oferece grande quantidade de informação por um custo pequeno (ALI, 2009). As mesmas podem ser encontradas no mercado, nas ruas, em bancas de jornais, etc e oferece um conteúdo que o cliente dissemina e desenvolve para o seu dia a dia.

As revistas femininas por muitos anos, eram as melhores amigas das mulheres, pois apesar de terem conteúdos voltados a moda, beleza e comportamento, também tinham colunas sobre relação sexual, relacionamentos e saúde, algo que não se conversa com qualquer pessoa. “Ninguém precisa de uma revista, mas todos precisam de amigos. A revista é como uma pessoa, um companheiro que está lá para levar-lhe informação e ajuda” (ALI, 2009, p. 19).

De acordo com Dias (2013), a revista francesa Marie Claire, nasceu em 1937, por Jean Prouvost e Marcelle Auclair e toda quarta-feira uma nova revista era lançada ao público. A inspiração do nome foi *Marie-Claire Mendés France*, ativista e jornalista que lutou pelos direitos das mulheres, questões em que a essência da revista acreditava. Como todas as outras em seus primeiros anos, era difícil mulheres negras nas capas e nas colunas da revista, até por ser criada em meio a Guerra e discriminações.

O objetivo é analisar revistas recentes de 2019 e 2020 e ver como está inserida modelos e celebridades negras nas capas, nas colunas e nos chamados da revista. Em que momento essa inserção aparece e como. As revistas de 2019 analisadas foram as edições 334 (Jan) e 338 (Maio), já as edições de 2020 são, 348 (Março), 349 (Abril), 350 (Maio-Jun), 352 (Jul-Ago), 354 (Set), 355 (Out) e 356 (Nov).

Figura 15 - Capa da revista Marie Claire 334 - Jan/2019



Fonte: Marie Claire, 2019.²⁰

²⁰ Disponível em: <https://www.bibliocarlos.com.br/marie-claire-brasil-n-208-ana-paula-arosio-9567448>. Acesso em 13 jun 2022.

Pode-se observar que a capa 334 de janeiro de 2019, consta uma mulher branca, Bruna Linzmeyer, atriz brasileira e não consta muitos chamados, tornando a foto da mesma no centro sendo enfoque, o único parágrafo contém um chamado para a edição especial da mesma. A foto se parece a uma menina inocente, jovem, dando um ar de feminilidade, de doçura. Como citou Goldenberg (2006), o foco das mídias e das pessoas eram as modelos e celebridades brasileiras que se pareciam com os traços europeus, como a atriz acima.

Figura 16 - Capa da revista Marie Claire 333 - Maio/2019



Fonte: Marie Claire, 2019.²¹

A capa 338 de Maio de 2019, estampa mais uma atriz de rede nacional brasileira, Marina Ruy Barbosa, também sem muitos chamados na frente, dando enfoque a sua foto, como a capa anterior, o parágrafo é voltado para a mesma dando atenção a ela, mesmo o letreiro grande dizendo 'Poder e Atitude', a atriz trás um ar indefeso, a beleza é de caráter estilosa, sem mostrar muito o corpo.

²¹ Disponível em: <https://www.bibliocarlos.com.br/marie-claire-brasil-n-323-anitta> . Acesso em 13 jun 2022.

Figura 17 - Capa da revista Marie Claire 348 - Março/2020

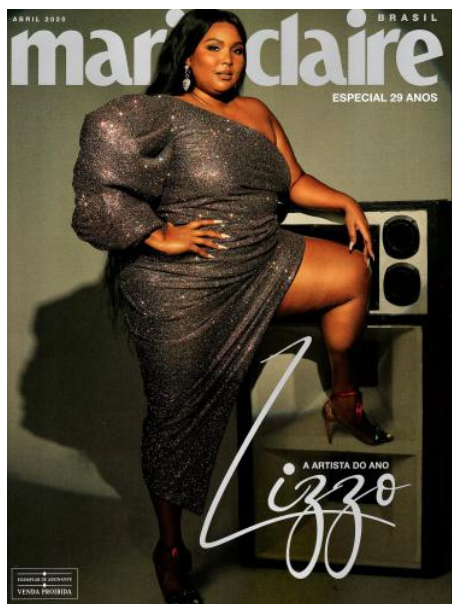


Fonte: Marie Claire, 2020. ²²

A capa de Isabella Rossellini trás um ar de dona de sí, independência, rosto no centro, sem mostrar o corpo, a maquiagem e o cabelo ficaram harmônicos com a mesma. O terno e gravata não mostram ar de masculinidade perante aos acessórios e maquiagem feita, o fundo ornado com seu tom de pele, a deixou *fashion*.

Figura 18 - Capa da revista Marie Claire 349 - Abril/2020

²² Disponível em: <https://www.bibliocarlos.com.br/marie-claire-brasil-n-352-andreia-sadi-6455680> . Acesso em 13 jun 2022



Fonte: Marie Claire, 2020.²³

Já na primeira capa analisada de mulher negra, nesse caso a cantora Lizzo, participando do especial da revista de 29 anos. A capa é seca, não contém um parágrafo que fale mais da cantora ou do assunto que se trata sua matéria, as cores sempre são voltadas para o mais escuro e acinzentado. Diferente das outras capas com mulheres brancas, o corpo de Lizzo é evidenciado, trazendo uma posição mais sexy, as roupas também mostram uma mulher mais sensual, com pernas, braços à mostra e vestido justo.

A maquiagem pesada e o corpo bronzeado mostram uma mulher adulta, mostrando a sexualização da mesma. O cabelo liso e a maquiagem com os contornos bem marcados são características de modificações visuais que modelos e celebridades negras passam, para ficarem com o nariz e bochecha mais finos. De acordo com o Bultoni (1981), no subtópico 2.3 a mulher negra nas mídias, as revistas querem vender algo que chame atenção, que seja atrativo e as mulheres negras para esse meio, são atrativas desse modo, sendo hipersexualizadas.

Figura 19 - Capa da revista Marie Claire 350 - Maio-Junho/2020

²³ Disponível em: <https://www.bibliocarlos.com.br/marie-claire-brasil-n-208-ana-paula-arosio> . Acesso em 13 jun 2022



Fonte: Marie Claire, 2020.²⁴

A capa de Maio-Junho de 2020, é a mesma por conta do período de pandemia da Covid-19²⁵, onde houve uma redução na quantidade de edições da revista. A modelo da capa é a atriz e apresentadora Giovanna Ewbank, como nas outras capas de pessoas brancas, a foto em si, é clara, a modelo transparece um ar de alegria, os ombros estão a mostra mas de um jeito descontraído e não sensual, a atriz parece se divertir.

Figura 20 - Capa da revista Marie Claire 352 - Julho-Agosto/2020



Fonte: Marie Claire, 2020.²⁶

A edição 352, obteve duas capas, uma com a jornalista brasileira Andréia

²⁴ Disponível em: <https://www.bibliocarlos.com.br/marie-claire-brasil-n-349-lizzo> . Acesso em: 13 jun 2022

²⁵ Covid-19 ou coronavírus é uma doença infecciosa, transmitida pelo vírus SARS-CoV-2, a doença começou a se espalhar pelo mundo no final de 2019.

²⁶ Disponível em: <https://www.bibliocarlos.com.br/marie-claire-brasil-n-317-paolla-oliveira-6808201> e <https://www.bibliocarlos.com.br/marie-claire-brasil-n-352-andreia-sadi-1903573> . Acesso em: 13 jun 2022

Sadi e a apresentadora de telejornal Maju Coutinho, na capa não consta o nome de nenhuma das duas mulheres, porém pelo parágrafo, já podemos notar que é voltado ao jornalismo, as fotos são semelhantes, mesmas cores e iluminação, dando um ar alerta, crise, a Andréia ficou de frente para a câmera e sua blusa consta mais informações, é mais formal, já a Maju está com o rosto de lado, deixando o ângulo do rosto e o nariz mais finos.

Figura 21 - Capa da revista Marie Claire 354 - Setembro/2020



Fonte: Marie Claire, 2020.²⁷

A capa 354 de Setembro de 2020, é alegre e divertida, a atriz e ex-modelo Pathy de Jesus transparece leveza e felicidade, o parágrafo sobre o assunto principal transparece fala de inclusão e sustentabilidade, casando com o tipo de fotografia, nesse caso, os traços negros da atriz são evidentes, o cabelo apesar de estar escovado possui ondas armadas, referência de alguns cabelos afros.

Figura 22 - Capa da revista Marie Claire 355 - Outubro/2020

²⁷ Disponível em: <https://www.bibliocarlos.com.br/marie-claire-brasil-n-352-andreia-sadi> . Acesso em: 13 jun 2022



Fonte: Marie Claire, 2020²⁸

A edição 355 de Outubro de 2020, estampa Valéria Rossatti modelo de 44 anos, que assumiu os cabelos grisalhos, o foco da capa é falar sobre autocuidado, linkando com a foto da modelo, que dá um aspecto de liberdade, sem muitos acessórios e maquiagem natural.

Figura 23 - Capa da revista Marie Claire 356 - Novembro/2020

²⁸ Disponível em: <https://www.bibliocarlos.com.br/marie-claire-brasil-n-356-thelma-assis-8001743> . Acesso em 13 jun 2022



Fonte: Marie Claire, 2020²⁹

Por último, estrelando a capa está Thelma Assis médica e ganhadora do *Big Brother Brasil 20*, apesar da roupa extravagante e do decote bem marcado, o fundo da foto está claro, a deixando no foco da capa, a matéria se direciona diretamente a mesma, a chamando de “A mulher do ano”, dando importância a mulher negra, o cabelo crespo e cheio e o rosto mais natural deixa evidente os traços negros da mesma.

Com a análise das capas acima, é possível entender que nas duas capas de 2019 não constam mulheres negras, as celebridades que aparecem são brancas, magras, de cabelos lisos e olhos claros. As fotos contêm feminilidade, divertimento e fragilidade. Nas oitos capas de 2020, quatro possuem mulheres negras em destaque, o que é um avanço, porém em 2 delas as roupas são de caráter extravagante, chamativo, contendo decotes etc. No caso da capa 349 a sexualização é mais evidente, pernas a mostra, roupa justa, uma maquiagem pesada, com marcações para afinar o rosto e o uso do cabelo liso.

5.2 ENTREVISTA COM MODELO NEGRA

Foi realizada uma entrevista com a modelo criciumense Anelise Lalau, com o intuito de entender a trajetória, as dificuldades e realizações de uma modelo de moda no mercado. Com isso, foram feitas 10 perguntas discursivas (Apêndice A),

²⁹ Disponível em: <https://www.bibliocarlos.com.br/marie-claire-brasil-n-356-thelma-assis> . Acesso em 13 jun 2022

através de conversa por mensagem.

A primeira e segunda perguntas foram voltadas para como iniciou a sua carreira e processo de agenciamento, Anelise respondeu que nunca pensou em ser modelo, na época a mesma era atleta e foi descoberta por um caça talentos, participou de um concurso e venceu, indo para São Paulo ser agenciada pela *Sucsses*. O primeiro trabalho da modelo, respondendo a pergunta três, foi para revista *Model*, participando de uma matéria onde contava como começou a ser modelo e como foi seu processo de descoberta, e sobre modificação visual, nessa revista a mesma fez uma transformação para se parecer com a *Whitney Houston*, sua ídola na época.

Perguntada sobre a diferença entre modelos negras e brancas, quanto a contratação e se já sofreu algum tipo de preconceito, a mesma disse que sim, os trabalhos eram muitos restritos para negras nos anos 2000 e que quanto a preconceito, algumas marcas não queriam contratar modelos negras para os seus desfiles, porém por serem obrigadas pela lei, as mesmas precisavam ter uma cota, Anelise contou que sentia um clima chato no backstage por conta disso.

Com a pergunta acima, pode-se linkar com o subcapítulo 2.2 A mulher negra na moda, onde Chagas (2017) relata que é difícil as marcas aceitarem mulheres negras em seus grandes desfiles, com a justificativa de que os modelos são escolhidos de acordo com a identidade da marca e o público-alvo.

Sobre a escassez de profissionais de beleza para modelos negras, a mesma contou que em São Paulo não houve dificuldades e/ou contratemplos com esse profissionais, agora em Santa Catarina sim, até trabalhos cancelados por conta disso a modelo já passou. Uma situação que a deixou desconfortável com a produção de beleza feita, foi para uma marca catarinense, onde as fotos foram feitas na Serra Gaúcha, o cabelo e a maquiagem não ficaram bons e para ela foi péssimo, por não se sentir bem, refletindo nas fotos.

No capítulo 3 da revisão bibliográfica, mercado de moda para modelos negras, é levantado a questão dos profissionais de beleza negra e a escassez dos mesmos no mercado. Que de acordo com Marielle (2020), os profissionais para esse nicho até existem, porém as marcas possuem um preconceito por serem negros e por achar que não dariam conta de diversos tipos de pele.

Sobre suas expectativas e sucesso profissional nessa área, Anelise disse que desde que começou a atuar, em 1999, o mercado melhorou muito, mas que

ainda crê que o mercado possa as colocar em um patamar melhor, a modelo contou que consegue se identificar com várias marcas, sem ter pegada étnica porque as negras estão nos comerciais e campanhas dessas marcas.

Na parágrafo acima a modelo discorda a justificativa de algumas marcas, sobre o público negro não ser ativo de consumo, como discursa Lopes (2007) no capítulo 3 Mercado de moda para mulheres negras, a publicidade insiste em não associar á imagem do povo negro aos produtos que anuncia, mesmo aqueles sabidamente consumidos pelos afros em geral. Daí, o dilema, da jovem negra que se acha feia, por não se assemelhar aos modelos dos anúncios, pois não tem a pele clara, nem os mesmos cabelos loiros e sedosos.

5.3 REEDIÇÃO DE 4 CAPAS DA REVISTA MARIE CLAIRE

De acordo com a análise de algumas capas da revista Marie Claire de 2019 e 2020 feita acima, foram realizadas 4 releituras das mesmas com uma mulher negra, alterando maquiagem, poses das fotos quando necessário e acessórios, a modelo também não preenche os requisitos de padrão de beleza, como ser magra e alta, ter cabelo lisos e traços faciais finos. O intuito da releitura é compreender a beleza negra no seu âmbito geral, sem a mesma precisar participar de editoriais que o tema seja sua etnia ou que precise alisar o cabelo e passar pó nos lábios para parecer menor.

Figura 24 - Releitura da capa 333 - maio/2019



Fonte: Elaboração própria, 2022.

A primeira releitura é da capa 333 de maio de 2019, primeiramente os cabelos naturais foram mantidos, tornando a modelo original, o uso do blazer e o maxi colar, deixa a modelo mais importante, a maquiagem foi seguida a mesma proposta da foto da capa original, adicionando o *gloss* nos lábios, dando um aspecto de aumento e não marcando o nariz e as bochechas como na foto da capa da Lizzo, não foram usados acessórios como brincos e anéis para evidenciar a maquiagem e os traços, mesmo o azul da sombra nos olhos e do colar, a foto ficou “limpa” evidenciando a beleza da modelo.

Figura 25 - Releitura da capa 348 - Março/2020



Fonte: Elaboração própria, 2022.

A releitura de março de 2020, foi feita a proposta de uma pose diferente, a modelo olhando nos olhos do leitor, isso traz confiança e empoderamento. O vermelho vem na cor dos lábios e das unhas, o colar amarelo traz cor para foto, deixando original e a maquiagem sem exageros, como nas fotos das modelos brancas, deixa a foto mais limpa.

Figura 26 - Releitura da capa 352 - Junho-Agosto/2020



Fonte: Elaboração própria, 2022.

Como a foto desta capa não contém tantas informações foram adicionados o turbante, acessório muito utilizado entre as mulheres negras, colorido e os brincos grandes, também muito utilizados pelas mesmas, trazendo cultura, mas de uma forma sutil.

Figura 27 - Releitura da capa 355 - Outubro/2020



Fonte: Elaboração própria, 2022.

A última releitura foi da capa 355 de outubro de 2020, como essa edição era voltada ao autocuidado e beleza, a maquiagem foi mantida *clean*, deixando os traços bem evidentes, o uso da blusa de manga comprida, é para não evidenciar o corpo e tirar o foco do contexto da imagem, de leveza. Os acessórios, turbantes e brincos foram usados para dar destaque no rosto, mantendo as cores neutras da foto como o preto e o branco.

A partir da releitura realizada na pesquisa em questão, pode-se compreender que, a beleza negra existe e ela pode ser contada de diversas maneiras, a mulher negra não é apenas um objeto de sexualização, o público negro possui poder de compra e possui desejo com relação a produtos e serviços. Finalizando com Ramos (2002), que analisa que a estereotipação tem relação direta com os produtos midiáticos, falar em mídias em anexo a questões raciais é falar das raízes do racismo.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com os embasamentos realizados acerca da falta de inserção de modelos negras no mercado da moda, é possível compreender que diversos fatores foram responsáveis pela interferência no desenvolvimento da mulher negra em diversos âmbitos sociais, tais como profissional, financeiro, familiar e entre outros. Historicamente falando, a era durante e pós escravidão foram fundamentais para inserir na sociedade um preconceito contra a mulher negra, a tornando inferior perante aos demais.

A era pós escravidão foi marcada pela falta de amparo do povo negro após a saída da casa de seus senhores, não tendo onde morar e ganhar seu sustento, o negro se viu obrigado a trabalhar para ganhar favores ou um prato de comida que não alimentava a família. A mulher negra continuou a realizar os afazeres a que era submetida na casa dos senhores, trabalhar como lavadeira, empregada, ama de leite e babá. As mesmas não tinham tempo para estudo e para cuidar de seus filhos, como visto no capítulo 2.

O começo das pequenas conquistas de espaço nas universidades e indústrias para as mulheres se deu no período da Segunda Guerra Mundial, onde os homens, que eram a maior e melhor força de trabalho fabril, tiveram que lutar na guerra e as indústrias sem mão de obra se viram obrigadas a contratar as mulheres em suas fábricas. De acordo com o subtópico 2.1 a massa feminina tinha duas jornadas de trabalho, uma na fábrica e outra nos lares, cuidando da casa e dos filhos, porém esse avanço trouxe independência para as mesmas, alterando suas expectativas de vida e de construção familiar.

Apesar desses avanços a mulher até os dias atuais ganha menos que os homens e têm menos oportunidades, se filtrado para mulheres negras a situação se agrava, além do preconceito de gênero, o de raça também se faz presente, a sociedade engessada nos pensamentos patriarcais, acredita que a mulher negra serve para trabalhos domésticos e de babá, sem direitos a estudo e a crescimento de carreira, de acordo com a figura 3 do subtópico 2.1 onde a mulher negra em comparação aos homens e mulheres brancos está num índice muito abaixo de ensino superior completo.

Na moda, a mulher negra tem dificuldade para se inserir, com a falta de

oportunidades e o preconceito engessado que rotula esses profissionais pela cor da pele e não pela competência. No que diz respeito a modelos negras, as marcas não as consideram como um potencial forte para seu público consumidor, entendendo-se que não consideram o público negro como um público assíduo e consumidor de moda. Além de as modelos negras não se enquadrarem nos padrões de beleza europeu, do corpo magro, cabelos lisos e narizes finos.

Para exemplificar essa falta de modelos nos *cast's* das agências, o subtópico a mulher negra na moda, traz uma pesquisa feita no trabalho de conclusão de curso de Chagas (2017), intitulado, “O desafio da beleza negra no mundo da moda”. A pesquisa analisou três agências de modelos e seus *castings* do ano de 2017, coletando o número total de agenciadas, a quantidade de mulheres negras e brancas. A primeira agência Front Management continha 92 modelos, sendo 1 negra, a segunda Rio 40 graus models, tinha 30 modelos, sendo 1 negra e a Mega models Brasil, apresentava 229 modelos, sendo 2 negras.

A pequena parcela de modelos negras que consegue emplacar na moda, sofrem ou já sofreram preconceitos escrachados quanto ao seu cabelo, sua cor de pele etc. No subtópico 2.2 tem-se o relato de duas modelos negras, Aline Carmo e Luana Genot, que contam a falta de profissionais de hairstylist e maquiagem específicos para negras e a frustração ao chegar no set e nenhum profissional saber manusear o seu cabelo ou fazer uma maquiagem que não fique acinzentada nas fotos.

A análise de dados foi introduzida com algumas capas de 2019 e 2020 da revista Marie Claire, a fim de analisar a quantidade de modelos e celebridades negras nesse período. Nas capas de 2019, não foram encontradas modelos negras nas capas e o perfil da mulher branca era o padrão (alta, magra, cabelos lisos e olhos claros), nas capas de 2020, metade eram mulheres negras, porém a capa 349 de Abril da cantora Lizzo, seu rosto foi modificado com maquiagem, os cabelos lisos e a roupa com um ar mais sensual.

Para entender de perto a vida e carreira de uma modelo negra, foi realizada uma entrevista com a modelo negra catarinense Anelise Lalau. A mesma relatou seu processo de agenciamento, um pouco dos trabalhos e das dificuldades dos mesmos e sua expectativa quanto a essa profissão. Para Anelise o mercado de moda tende a melhorar ainda mais para negras, que o avanço está acontecendo, porém a questão de inserção e de trabalhos disponíveis, ainda é um problema,

como a mesma já passou, por trabalhos cancelados por não ter um profissional de beleza para a mesma, situações chatas nos *set's* por conta de preconceito e etc.

Com a análise das capas concluídas realizou-se uma releitura de quatro, das 10 capas analisadas, com uma mulher negra, mantendo seus traços ,sem muita maquiagem, com os cabelos naturais e o uso de alguns adereços que deram vida às fotos, a modelo não era magra, alta e de olhos claros, o que deixou uma percepção bem clara das diferenças. Essa releitura se deu com o intuito de mostrar que a beleza negra é digna de capa de revista e que as modelos e celebridades negras precisam de mais espaços para mostrarem melhor o seu trabalho.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, Chris. Átomos são os novos BITS. *Exame*, São Paulo, v. 3, n. 962, 24 fev. 2010. Disponível em: <https://goo.gl/rtd1v1> . Acesso em: 12 mar. 2017.

ASSOCIATION, The International Fab Lab. Where does it come from. Disponível em: <https://goo.gl/hDiYm0> . Acesso em: 20 mar. 2017a.

PEREIRA, Bergman de Paula. De escravas a empregadas domésticas: a dimensão social e o "lugar" das mulheres negras no pós- abolição. In: XXVI SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 26., 2011, São Paulo. **Anais [...]** . [São Paulo]: Anpuh, 2011. v. 1, p. 130-137. Disponível em: http://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/14/1308183602_ARQUIVO_ArtigoANPUH-Bergman.pdf . Acesso em: 16 jun. 2022.

CIÊNCIA E SAÛDE: A anorexia e a bulimia já atingem 1% e 5% das mulheres no mundo. São Paulo, 09 jul. 2011. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/ciencia-e-saude/2009/07/09/interna_ciencia_saude,125004/a-anorexia-e-a-bulimia-ja-atingem-1-e-5-das-mulheres-no-mundo.shtml . Acesso em: 10 mar. 2022.

FUNDAÇÃO INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Rendimento mensal X tempo de escolaridade entre homens e mulheres.** 2002. 1 fotografia.

FUNDAÇÃO INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Tabela de ocupação profissional X percentual por gênero.** 2002. 1 fotografia.

CONGRESSO INTERNACIONAL DE HISTÓRIA, 8º edição, 2017, Maringá. A representatividade étnica negra na revista *vogue*: Uma análise comparativa (2009-2012 e 2013-2016), Maringá: UEM, 2017. 6 p.

MARTINS, Ana Caroline Siqueira. A representatividade étnica negra na revista *vogue*: Uma análise comparativa (2009-2012 e 2013-2016). In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE HISTÓRIA, 8º, 2017, Maringá. XXII Semana de história. Maringá: ACS Martins, out,2017. p. 1458-1964.

SALIME LISBOA, D.; SUDATTI DELEVATTI, R.; MARTINS KRUEL, L.F. Padrões de beleza, saúde e qualidade de vida em modelos de passarela - uma revisão de literatura. 2015. Revista brasileira de ciências da saúde - Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2008.

KINCHESECKI,G.F. Tipos de metodologias adotadas nas dissertações do programa de pós-graduação em administração universitária da universidade federal de Santa Catarina. In: XV COLÓQUIO INTERNACIONAL DE GESTÃO UNIVERSITÁRIA, 2015, Argentina. Anais... Santa Catarina: Universidade Federal de Santa Catarina, 1996. p.2-16.

SEHNEM, Natália. Padrões de biotipo na indústria da moda, Criciúma. 2021. 61f.

Trabalho de conclusão de curso (Curso em Tecnologia em Design de Moda) - Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC/SENAI, Criciúma, SC.

BONADIO, Maria Claudia. As modelos negras na publicidade de moda no Brasil dos anos 1960. *Visualidades*, v. 7, 2º, 12 p, 2012. Disponível em: http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202010/690_20_As_modelos_negras_na_publicidade_de_moda_no_Brasil_dos.pdf. Acesso em: 04 de out de 2021.

XV COLÓQUIO INTERNACIONAL DE GESTÃO UNIVERSITÁRIA – CIGU, 15., 2015, Mar del Plata. **TIPOS DE METODOLOGIAS ADOTADAS NAS DISSERTAÇÕES DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO UNIVERSITÁRIA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA, NO PERÍODO DE 2012 A 2014.** Mar del Plata: Ppgau, 2015. 16 p. Disponível em: https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/136196/102_00127.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 13 jun. 2022.

RÔLLA, Fábio Augusto de Carvalho. **MELANINA::** a representatividade de mulheres negras em um catálogo de moda. 2019. 47 f. TCC (Graduação) - Curso de Jornalismo, Jornalismo, Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2019. Disponível em: https://200.239.128.125/bitstream/35400000/2039/7/MONOGRAFIA_MelaninaRepresentativaMulheres.pdf. Acesso em: 18 abr. 2022

SOUZA, Elaine Chagas de. **O DESAFIO DA BELEZA NEGRA NO MUNDO DA MODA.** 2017. 43 f. TCC (Graduação) - Curso de Ciências Sociais, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2017. Disponível em: https://app.uff.br/riuff/bitstream/handle/1/6687/Monografia_%20Elaine%20Chagas_s_1semestre_20172_UFF_Vfinal_Revisada.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 18 abr. 2022.

DIAS, Kadu (ed.). **MARIE CLAIRE.** 2013. Disponível em: <https://mundodasmarcas.blogspot.com/2006/06/marie-claire-moda-e-beleza.html#:~:text=A%20hist%C3%B3ria,seu%20charme%20e%20desenvolvimento%20pessoal>. Acesso em: 13 jun. 2022.

SILVEIRA, Daniel. **Participação de mulheres no mercado de trabalho tem 5º ano de alta, mas remuneração segue menor que dos homens, diz IBGE.** 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/03/04/participacao-de-mulheres-no-mercado-de-trabalho-tem-5o-ano-de-alta-mas-remuneracao-segue-menor-que-dos-homens-diz-ibge.ghtml>. Acesso em: 25 maio 2022.

HARGER, Patricia Helena Campestrini. CONSUMO E DISCRIMINAÇÃO ÉTNICO-RACIAL:: considerações sobre o mercado de moda afro-brasileira. 2016. 22 f. Tese (Doutorado) - Curso de História, Universidade Estadual de Maringá, Apucarana, 2016. Disponível em:

file:///C:/Users/User/Downloads/49677-Texto%20do%20artigo-751375173005-1-10-20161231.pdf. Acesso em: 25 maio 2022.

MORAES, Pollyana de. **Veja quem são as cinco modelos negras de maior destaque no mundo fashion.** 2011. Disponível em: <https://gnt.globo.com/google/amp/moda-e-beleza/noticia/veja-quem-sao-as-cinco-modelos-negras-de-maior-destaque-no-mundo-fashion.ghtml>. Acesso em: 13 jun. 2022.

MASSOUD, Issabela. **14 modelos negras muito estilosas para você seguir no Instagram.** 2018. Disponível em: <https://capricho.abril.com.br/moda/14-modelos-negras-muito-estilosas-para-voce-se-guir-no-instagram/amp/>. Acesso em: 13 jun. 2022.

WOLF, Naomi. **O MITO DA BELEZA.** Rio de Janeiro: Rocco, 1992. 438 p.

HOOKS, Bell. **AIN'T I A WOMAN.** São Paulo: Rosa dos Tempos, 1981. 139 p

DAVIS, Angela. **MULHERES, CLASSE E RAÇA.** São Paulo: Boitempo, 2016. 237 p.

EVANS, Luciane. Busca pelo corpo ideal prejudica a saúde e pode levar a morte. **Correio Braziliense.** São Paulo, p. 12-12. 16 dez. 2013. Disponível em: https://www.correio braziliense.com.br/app/noticia/ciencia-e-saude/2013/12/16/interna_ciencia_saude,403547/amp.shtml. Acesso em: 18 maio 2022

APÊNDICE(S)

APÊNDICE A – ENTREVISTA COM MODELO NEGRA

Essa entrevista fez parte necessária para a elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso de Design de Moda SENAI/UNESC. Comunico que as informações obtidas serão utilizadas apenas para cunho acadêmico.

- 1 - Em que momento pensou em ser modelo? Tinha quantos anos?
- 2 - Como foi o processo do seu agenciamento?
- 3 - Qual foi o seu primeiro na profissão? Voltado a que produto?
- 4 - Sobre o primeiro trabalho, foi com quanto tempo de agência?
- 5 - Você precisou realizar alguma modificação visual e/ou emagrecer mais para se enquadrar nos requisitos da agência? Se sim, o quê?
- 6 - Quanto a contratação das modelos, pelas marcas, você já sentiu alguma diferença entre modelos negras e brancas?
- 7 - Já sofreu algum tipo de preconceito na profissão? Poderia relatar?
- 8 - Em questão aos profissionais de beleza, que as marcas contratam para realizar a produção do set. Os mesmos tinham habilidade em mexer com seu cabelo e maquiar seu tom de pele?
- 9 - Sobre a questão acima, alguma situação te deixa desconfortável, quanto a produção de beleza?
- 10 - E por fim, o mercado de modelos, alcançou suas expectativas? Você chegou no âmbito profissional almejado? Se não, sabe o que pode ter impedido isso?

