



“Livrai-nos do formol”: um estudo sobre o
grupo “No e Low Poo Iniciantes” no
Facebook
Daniela Georg



Universidade de Brasília

Faculdade de Comunicação – FAC
Departamento de Audiovisuais e Publicidade
Projeto final em Publicidade e Propaganda
Orientadora: Profa. Dra. Fabíola Orlando Calazans Machado

**“Livrai-nos do formol”: um estudo sobre o grupo “No e Low Poo
Iniciantes” no Facebook**

Daniela de Góes Nogueira Georg

Brasília
2017

DANIELA DE GÓES NOGUEIRA GEORG

**Livrai-nos do formol: um estudo sobre o grupo “No e Low Poo
Iniciantes” no Facebook**

Monografia apresentada ao Curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Profa. Dra. Fabíola Orlando Calazans Machado

Brasília

2017

DANIELA DE GÓES NOGUEIRA GEORG

**Livrai-nos do formol: um estudo sobre o grupo “No e Low Poo
Iniciantes” no Facebook**

Monografia apresentada ao Curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Fabíola Orlando Calazans Machado

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Fabíola Orlando Calazans Machado
Orientadora

Profa. Dra Liziane Soares Guazina

Profa. Ma. Angélica Fonseca de Freitas

Dra. Liliane Maria Macedo Machado
Suplente

Brasília

2017

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, à minha família, em especial meus pais, Cláudia e Marcus, por sempre me guiarem no caminho dos estudos e sempre me proporcionarem todas as condições necessárias para que eu chegasse até aqui. Vocês foram e sempre serão referências incríveis para mim. Não há palavras que possam agradecer suficientemente.

À Fabíola, minha orientadora e professora querida. Você me mostrou um outro lado da Faculdade de Comunicação, e me deu ânimos quando eu já não queria saber do curso. O semestre no Laboratório de Publicidade foi crucial para que eu terminasse o curso. Você me abriu os olhos para a sociedade contemporânea, me ensinando a questionar e refletir sempre sobre o que está à nossa volta. Saiba que você marcou profundamente a minha graduação. Obrigada por todo o processo de orientação, ele foi muito mais interessante, enriquecedor e suave do que eu imaginava.

À Gabriella, minha parceira de Laboratório, de intercâmbio, de orientação e de pautas intermináveis. Você me apresentou o grupo, sem você esse trabalho talvez nem existisse. E você me deu forças e inspiração para fazer sempre melhor, muito obrigada.

Agradeço a todos os projetos de que fiz parte durante a graduação, todas as equipes que integrei e todos os desafios que tiveram que ser superados. A minha experiência com tudo isso foi essencial para a minha formação profissional, mas principalmente para o meu crescimento pessoal.

Agradeço ao Universo, por tudo isso e muito mais.

RESUMO

O presente trabalho se debruçou no estudo do grupo “No e Low Poo Iniciantes” no Facebook, a fim de compreender de que forma a comunicação no grupo pode contribuir para a valorização do cabelo natural e a revisão dos significados a ele atribuídos. A partir de pesquisas exploratória e bibliográfica construiu-se um quadro teórico sobre identidades, a importância do cabelo para a mulher e o movimento do cabelo natural. Utilizou-se também a análise de conteúdo, a observação participante e a entrevista em profundidade, de modo a estudar as publicações do grupo em questão. Com as análises, percebeu-se que o grupo se configura como uma comunidade virtual de apoio e suporte, além de ser espaço para exibição de trajetórias pessoais de sucesso e ensinamento para que outras mulheres também se identifiquem e construam suas identidades.

Palavras-chave: identidade; mulher; comunidade virtual; cabelo; *no e low poo*.

ABSTRACT

The present study focused on the study of the group "No e Low Poo Iniciantes" on Facebook, in order to understand how communication in the group can contribute to the valorization of natural hair and the review of the meanings attributed to it. From an exploratory and bibliographical research, a theoretical framework on identities, the importance of hair for the woman and the movement of natural hair were constructed. Content analysis, participant observation and in-depth interview were also used to study the publications of the group in question. With the analysis, it was noticed that the group is configured as a virtual support community, as well as being a space for displaying personal trajectories of success and teaching so that other women also identify and build their identities.

Palavras-chave: identity; woman; virtual community; hair; no and low poo.

Oração da cacheada

Cachos nossos que estão crescendo

Santificado seja o nosso cronograma

Venha a nós a definição

Pra eu divar à vontade

Assim na chuva como no sol

O day after de cada dia nos dai hoje

Perdoai por ter alisado

Assim como eu perdoo a cabeleireira que alisou

Não nos deixeis sem volume

Mas livrai-nos do formol

Amém

(Autor desconhecido)

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS

1. INTRODUÇÃO.....	10
2. METODOLOGIA DE PESQUISA.....	15
3. Mulheres: identidades e cabelos.....	16
3.1. A construção da identidade.....	16
3.2. Cabelo: moldura do eu.....	18
3.3. O movimento do cabelo natural.....	26
4. “No e Low Poo Iniciantes”: o grupo no Facebook.....	29
4.1. O método <i>no e low poo</i>	29
4.2. O grupo no Facebook.....	30
4.3. O grupo como salão de beleza digital.....	33
5. Metodologia de trabalho.....	35
6. Análise do grupo NLPI	37
6.1. Produtos: é liberado pra <i>low</i> ?.....	44
6.2. Narrativas de si: fotos como inspiração.....	51
6.3. Síntese de perfis femininos no grupo NLPI.....	59
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	61
8. REFERÊNCIAS.....	65
ANEXO A - Configurações de privacidade de grupos no Facebook.....	68
ANEXO B - Regras do grupo “No e Low Poo Iniciantes” no Facebook.....	69
APÊNDICE A - Clipping de matérias sobre a técnica <i>no e low poo</i>.....	74
APÊNDICE B - Entrevista com a moderadora Leila Guimarães.....	75
APÊNDICE C – Tabela das publicações do dia 20 de novembro de 2016.....	78

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Alguns penteados do século XVII.....	23
Figura 2 - Louise Brooks com corte <i>bob hair</i>	24
Figura 3 - Mulheres no <i>Black Panther Party</i>	26
Figura 4 - Descrição do grupo NLPI.....	34
Figura 5 – Publicação 40.....	38
Figura 6 - Publicação da autora sobre motivação.....	40
Figura 7 – Comentário 01.....	41
Figura 8 – Comentário 02.....	42
Figura 9 – Comentário 03.....	44
Figura 10 - Publicação 61 da tabela.....	45
Figura 11 - Publicação 64 da tabela.....	47
Figura 12 - Nuvem de palavras frequentes nos comentários à publicação 1.....	48
Figura 13 - Publicação sobre a Salon Line.....	50
Figura 14 - Foto do #timesalonline2017.....	51
Figura 15 - Comentário 1 na publicação sobre a Salon Line.....	51
Figura 16 - Comentário 2 na publicação sobre a Salon Line.....	52
Figura 17 – Publicação 78 da tabela.....	53
Figura 18 – Texto da publicação de relato pessoal.....	55
Figura 19 – Fotos da publicação de relato pessoal.....	55
Figura 20 – Publicação “cabelos coloridos”.....	57
Figura 21 – Comentário 1 sobre inspiração.....	59
Figura 22 – Comentário 2 sobre inspiração.....	59

1. INTRODUÇÃO

Debaixo dos caracóis dos seus cabelos

Uma história pra contar

De um mundo tão distante

Caetano Veloso

O debate sobre as representações dos cabelos cacheados e crespos na mídia não é um assunto novo, ainda que continue necessário. Muito já foi questionado e diversas marcas já se reposicionaram e trouxeram para dentro de seus discursos a valorização desses tipos de fio. Na televisão, em revistas e na internet são diversas as propagandas de produtos para cabelos crespos e cacheados, com discursos que vão desde a valorização extrema do volume à depreciação do *frizz*. A cada dia há mais pessoas nas ruas com os cachos “livres, leves e soltos”, e diversas celebridades já assumiram seus cachos naturais, sendo Juliana Paes, em 2017, e Alicia Keys, em 2016, exemplos recentes que causaram bastante alvoroço nas mídias.

Um produto que ficou famoso como alisante¹ capilar foi o formol, que era amplamente utilizado em escovas progressivas. Seu uso era tão frequente em processos de alisamentos que a Anvisa, em 2009, quando proibiu a sua comercialização, produziu uma cartilha informativa sobre o tema, explicando à população os riscos e associando seu uso à escova progressiva. O formol era uma referência quando se pensava em alisamentos, e sua proibição por danos à saúde acabou levando diversas mulheres a repensarem o processo de alisamento, muitas vezes deixando-o de lado.

Há quem diga, inclusive, que o cabelo cacheado e natural, entendido aqui como o cabelo que não utiliza procedimentos químicos ou físicos para alterar a textura do fio, está “na moda”, uma vez que passou a figurar nas passarelas, revistas, propagandas e, principalmente, na cabeça das pessoas. Entretanto, entende-se que exista uma movimentação mais profunda no sentido de aceitar e assumir o cabelo como ele é. O discurso de que esse tipo de cabelo, que não faz uso de químicas e mantém seu formato, possa estar “na moda”, acaba sendo incompleto, visto que se trata de um elemento corporal tal como é, enquanto que a moda e suas tendências são mutáveis e temporais. O que se percebe, por parte da indústria da moda e

¹ Segundo a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, alisantes são produtos que alisam, relaxam, amaciam e reduzem o volume dos cabelos, de maneira mais ou menos duradoura. Estes produtos possuem substâncias que são irritantes para a pele e, se utilizados inadequadamente, podem causar queimaduras graves no couro cabeludo, quebra dos fios e queda dos cabelos. Mais informações podem ser encontradas em < <http://portal.anvisa.gov.br/alisantes> >

das próprias marcas de cosméticos, é que há uma apropriação dessa nova relação das consumidoras com o cabelo natural, que se manifesta em comerciais e nas passarelas, além da criação de novos produtos específicos para esse segmento de mercado.

Vale enfatizar que o enquadramento do cabelo como possível elemento de moda reforça suas características mutável e discursiva (GOMES, 2002). Há um entendimento coletivo sobre o potencial de mudanças do cabelo, que abre brechas para que a moda categorize uma ou outra maneira de usá-lo como tendência. Buscou-se, neste trabalho, aprofundar essa discussão e compreender a importância discursiva e identitária agregada ao cabelo, em especial os cabelos cacheados e crespos.

Sendo eu² mesma uma mulher de cabelos cacheados, acompanhei essas discussões e mudanças no mercado de maneira bastante atenta e particular. Vivenciei a experiência de querer alisá-lo quando mais nova, em uma tentativa de adequamento ao padrão vigente de cabelos lisos e sedosos, bem como passei pelo processo de aceitação e valorização do meu próprio cabelo, chegando a perceber que o cabelo cacheado passou a ser parte essencial da minha identidade.

Em 2015, convidada por uma amiga, passei a fazer parte de um grupo no Facebook chamado “No e Low Poo Iniciantes”, que buscava criar um espaço para a divulgação e apoio para a execução das técnicas de cuidados com cabelo intituladas *no e low poo*³. Tais técnicas se tratavam, como me explicou minha amiga, de uma tentativa de cuidados menos agressivos com os fios, dando a eles o que realmente precisavam para estar saudáveis e bonitos, respeitando suas texturas naturais. Trata-se de técnicas válidas para qualquer tipo de cabelo, mas focam nos cabelos cacheados e crespos.

A busca por conteúdos relacionados ao cuidado com os cabelos crespos e cacheados tem se mostrado cada vez mais intensa, a ponto de, em 2016, as pesquisas no Google sobre cabelos cacheados ter superado, pela primeira vez, a pesquisa sobre cabelos lisos - e a pesquisa geral sobre cabelos cresceu 22%. Esses dados podem ser verificados no Google Trends⁴, que indica os termos mais pesquisados e tópicos relacionados a eles, assim como a

² Optou-se por utilizar a primeira pessoa no singular na introdução do trabalho para relatar essa vivência por compreender que a experiência pessoal com o tema foi importante para a construção do trabalho, principalmente para a escolha e delimitação do objeto de estudo.

³ A tradução seria sem e com pouco xampu, em referência aos princípios das técnicas, que buscam reduzir e/ou eliminar a quantidade de xampu que se usa atualmente. No trabalho, optou-se por utilizar o conectivo “e”, em português, ao invés do original “and” a partir de uma apropriação da linguagem usada no próprio grupo “No e Low Poo Iniciantes”.

⁴ A Google disponibiliza os resultados de tendências de pesquisas em seu buscador. No site, é possível simular pesquisas, ver tópicos relacionados, observar o crescimento das pesquisas por determinado termo, com segmentações temporais e espaciais, entre diversas outras funções. Para mais informações, acesse

localização das pesquisas. As buscas sobre cabelo cacheado não trazem os termos *no* e *low poo* como relacionados no site, mas a própria analista da Google indica que há uma tendência a assumir o cabelo natural, em um “cacho livre” (MELERO, 2017)

Por alguns meses, estive no grupo “No e Low Poo Iniciantes” sem entender muito bem o que era ou como funcionava. Aos poucos, fui acompanhando as publicações, buscando informações em outras plataformas, como *blogs* e canais no YouTube, tirando dúvidas no próprio grupo e, assim, compreendendo como funcionam as técnicas *no* e *low poo*. As técnicas propõem uma nova relação com os produtos capilares, muito mais consciente e atenta ao que se utiliza, o que faz com que seja preciso um período de estudos e compreensão dos pilares principais do método. Por fim, passei também a ser uma adepta a essa nova proposta de cuidados capilares.

Esse caminho que foi percorrido ao longo dos últimos três anos me permitiu observar de perto o funcionamento do grupo “No e Low Poo Iniciantes” (NLPI)⁵ e algumas coisas começaram a chamar atenção, principalmente no que tangia à jornada das participantes desde o momento inicial da entrada no grupo até a adesão às técnicas e participar ativamente do grupo - caminho que eu mesma percorri. Assim, passei a debruçar um olhar mais atento ao grupo NLPI e suas participantes, em especial às diversas publicações em que as mulheres do grupo se expressavam e apresentavam questões identitárias relacionadas ao cabelo.

É notável no grupo NLPI a maneira como as participantes se apoiam e se ajudam, ainda que se tratem de desconhecidas no mundo *offline*. Também chama a atenção a importância da transição capilar, processo em que as mulheres que alisam quimicamente o cabelo escolhem voltar a usá-lo sem química. O processo envolve bastante determinação e força de vontade, uma vez que é preciso passar por um período em que a raiz nasce com a textura natural, mas o comprimento e as pontas continuam alisados. Era claro, a partir dos diversos relatos sobre a transição vivida pelas participantes do grupo, que o processo de transição se tratava de uma experiência de aceitação. Mas, ia além, configurando-se coletivamente em uma reconstrução identitária, em que a mulher em questão passa a ressignificar sua identidade em função do novo cabelo. Outro ponto de destaque é a relação das participantes com os produtos escolhidos para os cuidados com o cabelo, estando sempre atentas às opiniões dos outros membros sobre as opções disponíveis no mercado.

Todas essas peculiaridades do grupo NLPI, os diversos questionamentos que foram surgindo ao longo desse tempo, bem como a vontade de investigar e compreender os

<<https://trends.google.com>>.

⁵ A fins de referência, usaremos a sigla NLPI para o nome do grupo “No e Low Poo Iniciantes”.

significados discursivos latentes nas publicações e comentários do grupo “NLPI”, acabaram por levá-lo a ser escolhido como objeto de estudo do presente trabalho. Em especial, direcionou-se o olhar ao estudo da relação identitária das participantes com o cabelo e à análise do funcionamento do grupo NLPI como espaço de interações e trocas entre as participantes. Vale ressaltar que, apesar da proximidade da pesquisadora com o objeto empírico, o trabalho foi realizado com muita atenção para manter o devido distanciamento, a fim de evitar possíveis vieses na pesquisa.

A escolha do grupo NLPI como objeto de estudo se mostrou bastante relevante quando, ao realizar a pesquisa bibliográfica para a construção do Estado da Arte, não se encontrou material que abordasse o assunto, principalmente entre pesquisadores e autores brasileiros. O estudo de grupos no Facebook e suas implicações na construção de identidades e formulação de ideias se revelou bastante incipiente, com pouco material acadêmico produzido. As técnicas *no* e *low poo* e o movimento do cabelo natural que se associou a elas quase não são mencionados nos trabalhos das Ciências Sociais que estudam a relação e importância dos cabelos crespos e cacheados para a identidade feminina. Portanto os dois principais caminhos teóricos que se visava perscrutar não haviam ainda sido muito explorados. O trabalho propõe-se, portanto, a percorrer um caminho ainda pouco desbravado, numa tentativa de contribuir com a comunidade acadêmica e abrir espaço para pesquisas posteriores.

Fundamentalmente, o trabalho busca, a partir da investigação sobre as técnicas de cuidados capilares intituladas *no* e *low poo* e sobre as possíveis reconfigurações das construções de identidades de mulheres no mundo contemporâneo, pesquisar de que forma a comunicação do grupo “NLPI” do Facebook contribui para a valorização do cabelo natural, bem como para a construção das identidades das participantes deste fórum.

Com a monografia, pretende-se estudar a dinâmica de interação entre os membros do grupo “NLPI”, visando compreender a importância das mulheres que se expõem e são referências para as outras dentro do grupo de discussão sobre a técnica. Com isso, objetiva-se mapear possíveis modelos de identidades chave que existam no grupo NLPI e que funcionem como referência para que as participantes se identifiquem e se inspirem.

No capítulo “Mulheres: identidades e cabelos” apresenta-se um estudo sobre a relação da identidade feminina com o cabelo. Para isso buscou-se autores dos campos da Comunicação, da Psicologia e da Sociologia, que refletem sobre a construção de identidades e subjetividades e também abordo de que modo as identidades se manifestam e são negociadas nas redes sociais *online*, em especial o Facebook. A partir desse arcabouço teórico, apresenta-

se a relação íntima da mulher com o cabelo, construindo uma breve retrospectiva histórica que permite entender os significados que hoje são atribuídos aos diferentes tipos de cabelo. Então, exploro o movimento do cabelo natural e sua importância para essa reconfiguração identitária.

Em seguida, no capítulo “‘No e Low Poo Iniciantes’: o grupo no Facebook” são explicadas as técnicas *no* e *low poo*, bem como o grupo NLPI no Facebook, suas características e seu modo de funcionamento. Nele também se explora o paralelo entre o grupo e os salões de beleza, reforçando sua importância como espaço de encontro, de discussão das participantes e formação de conceitos coletivos sobre os signos atribuídos ao cabelo.

Por fim, é apresentada a análise de conteúdo e de sentido realizada no grupo NLPI, a importância das interações e das trocas que se dão dentro dele. Além disso, são explicadas e analisadas as duas categorias de publicações encontradas: as que abordam os produtos e as que se concentram nas narrativas de si. Essa última trata de publicações que trazem relatos pessoais das participantes do grupo, relacionadas à jornada individual com as técnicas *no* e *low poo*. Tais categorias foram definidas para guiar a análise, a partir da observação de elementos em comum entre elas, possibilitando a percepção de padrões e de destaques nas publicações.

2. METODOLOGIA DE PESQUISA

Para o presente trabalho optou-se por utilizar como base lógica da investigação o método de pesquisa dedutivo, que parte de premissas gerais para analisar o individual. A partir disso, foram escolhidas para objetivamente executar a pesquisa: a pesquisa exploratória, a pesquisa bibliográfica e análise de conteúdo a fim de compreender as marcas de sentido sobre as possíveis reconfigurações de identidade das mulheres participantes do grupo NLPI.

Primeiramente, a pesquisa exploratória se mostrou necessária para conhecer melhor o tema e delimitar espaços de atuação. Por se tratar de um objeto não abordado em outros trabalhos acadêmicos, tal método se fez importante para iniciar o processo e, então, gerar um esclarecimento maior acerca das possibilidades de estudo. São "pesquisas com o objetivo de proporcionar visão geral acerca de um determinado fato" (GIL, 2002, p. 45). No caso, o propósito era construir uma base teórica para compreender a formação de identidades e subjetividades femininas, as comunidades na internet e o movimento do cabelo natural.

Aliada à pesquisa exploratória utilizou-se a pesquisa bibliográfica, constituída com fundamentos em materiais elaborados principalmente em livros e artigos científicos (GIL, 2002, p.44). O levantamento bibliográfico se fez importante para a definição de conceitos, a contextualização histórica do tema e a compreensão mais ampla de seus significados a fim de investigar o grupo NLPI no Facebook. As pesquisas exploratória e bibliográfica permitiram uma análise mais embasada sobre os conteúdos publicados no grupo, assim como as relações existentes entre os sujeitos e seus cabelos.

A partir da pesquisa realizada, alguns autores foram selecionados para guiar o embasamento teórico do trabalho, sendo os principais: Stuart Hall e Kathryn Woodward para a definição de identidade, Nilma Lino Gomes, Rachel Weitz e Joyce Nimocks nos estudos sobre a mulher e o cabelo e Raquel Recuero para compreender as interações nas comunidades virtuais. Diversos outros autores foram consultados e suas contribuições se fazem bastante relevantes para a construção do Estado da Arte da pesquisa, apenas destacou-se esses para reforçar as linhas teóricas gerais do trabalho.

3. Mulheres: identidades e cabelos

*Oh cabelo, cabelo meu
Se você não fosse meu
Eu não seria tão... eu
Natura*

3.1 A construção da identidade feminina

O debate sobre a definição e os limites da identidade é considerado extenso e complexo, por abordar diversos aspectos da vida humana (ROSA e SANTOS, 2013). Enquanto no contexto contemporâneo temos um modelo mutável e múltiplo, a identidade iluminista era definida como estável e interiorizada (HALL, 2000). Erik Erikson (1972) foi um dos primeiros a pensar sobre a identidade nos moldes como a temos hoje. Para o autor, a identidade é um processo relacional, nunca um fim estático ou uma “armadura da personalidade” (ERIKSON, 1972, p. 22). A relação contínua com o meio e os outros que nele existem, aliada à própria percepção daquilo que se é, teria como produto essa identidade. Tal processo se dá ao longo de toda a vida do indivíduo, mas o psicanalista confere maior ênfase e importância à fase adolescente, quando se substituem as identificações infantis por novos modelos, centrando ali a crise de identidade que normatiza todo o restante. Ainda, enfatiza a importância da validação dos jovens ao seu redor nesse processo de sociabilidade e construção da identidade, em uma espécie de reconhecimento mútuo de que estão se transformando.

A alteridade, portanto, se mostra essencial no processo desde o princípio dos estudos sobre a construção da identidade contemporânea. Segundo Woodward (2000), a identidade se baseia na relação com o outro, pois a compreensão do eu é marcada pela percepção das diferenças. O outro e todas as coisas que ele implica servem de baliza para a avaliação individual do próprio eu, visto que “nenhuma identidade é construída no isolamento” (GOMES, 2002, p.2).

A identificação e a diferenciação surgem como elementos base do processo de formação de quem se é. A construção da consciência do eu, portanto, “se produz na interseção de forças centrípetas (necessidade de se ligar ao outro) e de forças centrífugas (necessidade de diferenciação do outro)” (MENDES, 2002, p. 505). No fim, a identificação e a diferenciação acabam sendo facetas de uma mesma moeda, pois ao se identificar com algo, o sujeito acaba por se diferenciar do restante. A diferenciação se estabelece como uma não identificação, sendo esse duplo o processo base de formulação de identidades.

Para a identidade fundamentada na relação com o outro e, conseqüentemente, com a sociedade, Stuart Hall define um sujeito sociológico, uma etapa posterior ao sujeito iluminista⁶. Entretanto, sua própria análise apresenta uma superação desse estágio e aponta na direção de um sujeito pós-moderno, cuja identidade seria móvel e múltipla. Trata-se de uma identidade que depende de um processo de identificação que se tornou mais “provisório, variável e problemático” (HALL, 2000, p. 12). A identidade passa a estar em um processo de contínua formação e transformação, sendo definida historicamente (HALL, 2000). Ela perde o caráter unificado e estável verificado no sujeito do Iluminismo, no século XVIII, e passa a ser múltipla e cambiante no sujeito pós-moderno, inserido em um contexto de globalização e de velocidade de informação que acabam por gerar uma diversificação nos modelos identitários.

Ao pensar sobre os elementos que constituem a identidade, Hall (2000) apresenta que as identidades individuais podem ser contraditórias (uma vez que são múltiplas), sofrendo interferências tanto do ambiente externo, os outros, quanto do ambiente interno, o próprio indivíduo. A esse aspecto interior do indivíduo, que envolve seus sentimentos e pensamentos mais pessoais, Woodward (2000) dá o nome de subjetividade, diferenciando-a da identidade por ser anterior a ela. É a partir da subjetividade que se adota uma identidade. Isso enfatiza a relação da identidade com a alteridade, uma vez que a identidade é externa e apresentável aos outros - e por isso mesmo vulnerável ao olhar do outro.

A adoção de uma identidade se dá por meio da identificação com símbolos que se percebe em um ou outro modelo. São justamente os sistemas criados a partir de tais símbolos que geram uma estrutura de representação e identificação cujo produto final é a construção das identidades. Tais sistemas pavimentam caminhos a serem trilhados para a construção de identidades, a partir da identificação com os símbolos fornecidos. Assim, a construção de identidades se configura como um processo, um tornar-se, que ocorre tanto em escalas globais e nacionais quanto em níveis locais e pessoais (WOODWARD, 2000). Isso porque, com a globalização, as identidades se desvinculam das amarras temporais e espaciais e podem flutuar em diversas direções, de acordo com as escolhas individuais (HALL, 2000). Proporciona-se, então, um deslocamento de centros a partir dos quais as relações são moldadas, garantindo diferentes espaços e origens para que modelos identitários possam emergir (LACLAU, apud WOODWARD, 2000). No contexto específico deste trabalho, a compreensão desse deslocamento se mostra chave para entender a importância do grupo

⁶ Hall define o sujeito iluminista como “centrado, unificado e dotado das capacidades de razão” (HALL, 2000, p. 10), sendo esse centro a identidade de cada um. Já para o sujeito sociológico o autor define que a identidade “preenche o espaço entre o interior e o exterior - entre o mundo pessoal e o mundo público” (HALL, 2000, p. 11).

NLPI. É possível considerar que o grupo NLPI é potencialmente um palco para o surgimento desses novos modelos identitário, a partir dos debates e das relações que se estabelecem dentro dele.

Por fim, é preciso compreender de que maneira o indivíduo contemporâneo se relaciona com a identidade dado o contexto que envolve as mídias digitais e as redes sociais *online*. De acordo com Gabriel Rosa e Benedito dos Santos (2013), os indivíduos estão constantemente sob um processo de negociação de identidades⁷, que se torna ainda mais visível com as criações de perfis nas diferentes redes sociais *online*. No processo de negociação, o sujeito tem a possibilidade de criar e alimentar diversos perfis, em que escolhe o que diz sobre si mesmo para o mundo. Dessa maneira, a negociação entre as diferentes e múltiplas identidades acaba se tornando um processo contínuo e diário.

A partir desse conceito de identidade relacional e pautada na identificação/diferenciação com o outro, é possível refletir sobre papel dos diferentes tipos de cabelo e suas representações para os modelos identitários femininos. Esse caminho para compreender a formação de identidades e o processo de negociação existente no Facebook se mostra essencial para iniciar a pesquisa, visto que se objetiva compreender de que modo o grupo NLPI no Facebook influencia a redefinição dos modos de ser e estar das mulheres participantes.

3.2 Cabelo: moldura do eu

Na formação de identidades femininas, o cabelo é elemento de importância e destaque. A textura, o corte, a cor, o penteado e os adereços que o acompanham são signos que auxiliam a construção da identidade e da autoestima femininas. Essa relação é verificável em revistas e publicações voltadas ao público feminino, como no livro “600 Dicas Do Gnt Para Você Ficar Superbonita”, que compila dicas de beleza do GNT, canal de televisão focado na mulher e em suas questões diárias. Quando se refere ao cabelo, o manual afirma que “sem um cabelo que nos faça sentir lindas, seguras e maravilhosas, não há truque de beleza que salve o dia” (BIONDO, 2007, p.14). Vai além, comparando os dias em que o cabelo não está como desejado com “aqueles dias” do período menstrual, e assume o discurso de que uma mulher com o cabelo feio é uma mulher triste.

O cabelo se relaciona intrinsecamente com a identidade adotada e com essa exposição

⁷ Rosa e Santos (2013) indicam que o termo “negociação de identidades” vem sendo amplamente utilizado pelas ciências para tratar da construção de identidades, principalmente em questões que envolvem globalização e imigração e os conceitos de identidades nacionais e étnicas.

do eu para a alteridade, visto que é uma das principais maneiras de expressão corporal, enviando mensagens diversas sobre quem o porta. A característica mutável do cabelo permite ao indivíduo “escrever” mensagens a partir dos signos culturalmente estabelecidos para os diferentes tipos de corte, cor, comprimento, textura, penteado e acessórios capilares (WEITZ, 2004). Isso é reforçado por seu caráter inerentemente pessoal, dado que é um elemento corporal, mas extremamente público, pois é uma parte do eu que se expõe para o mundo. O cabelo é, portanto, uma maneira de contar aos outros sobre si mesmo, é parte do que construímos sobre quem somos e desejamos ser. Assim, Weitz afirma que controlá-lo ajuda o indivíduo a controlar sua própria vida.

Esse uso do cabelo como recurso para se sentir no domínio sobre o próprio corpo é notado especialmente na adolescência, em que muitas mudanças corporais são vivenciadas, assim como uma enorme cobrança social (WEITZ, 2004). A possibilidade de moldar o cabelo surge como uma maneira de estabilizar a situação, sendo rápida e de fácil controle. O domínio sobre o cabelo se estabelece como forte âncora na expressão das subjetividades dos jovens. Vale lembrar que a adolescência é um momento fundamental para a construção de identidades, sendo considerada por Erickson (1972) como a fase mais importante.

O cabelo é maleável, o que possibilita a sua construção, mais do que apenas ser de uma ou outra maneira (ARAÚJO; MENESES, 2009). A mera ideia de construção a partir de um elemento que já existe pronto potencializa o caráter de escolha, trazendo a possibilidade de “melhorias”⁸ sobre o original. Tal maleabilidade do cabelo e a possibilidade de manipular e criar diferentes formas, fortalece sobre ele o caráter de comunicador de individualidades e convicções. Assim salienta Gomes (2002, p. 7) ao dizer que “[...]o cabelo maleável, visível, possível de alterações, foi transformado, pela cultura, em uma marca de pertencimento étnico/racial⁹. No caso dos negros, o cabelo crespo é visto como um sinal diacrítico que imprime a marca da negritude nos corpos”. Assumir o cabelo crespo significa, sobretudo, assumir toda a carga simbólica que ele carrega e imprime ao indivíduo.

Em uma rápida retrospectiva histórica e cultural sobre a importância do cabelo para as mulheres no ocidente, Weitz apresenta sua notável relação com os significados externos. Na Idade Média, um momento histórico fortemente marcado pela religião, o cabelo feminino

⁸ Utiliza-se o termo melhorias entre aspas para fazer referência a um discurso e uma cobrança existentes na sociedade, mas que não reflete a opinião da autora. São diversas as propagandas que anunciam produtos capazes de “domar”, “domesticar”, “relaxar” e “controlar” os fios, em clara alusão a uma melhor aparência.

⁹ Segundo Nascimento (2003), um grupo étnico é identificado mais por aqueles que estão de fora do que pelos membros que o compõe. Os membros do grupo aceitam os laços existentes, mas não percebem o grupo em si, por fazerem parte dele.

deveria ser coberto, sendo desvelado apenas para o marido, a família e outras mulheres. À medida em que as regras do sistema burguês-capitalista foram ganhando mais força e importância econômica que as leis religiosas, a mulher passou a ser posicionada socialmente como um troféu do homem burguês bem-sucedido. Segundo Weitz, em um mundo religioso, mulheres discretas - valor que se media, entre outras coisas, pelo uso de véus para encobrir as madeixas - eram mais interessantes e valiosas para homens de sucesso, enquanto que no mundo regido pelo mercado o status masculino estava atrelado a uma bela esposa. Nesse novo modelo, um dos sinais de sucesso familiar era a mulher não ter que se preocupar com trabalho de nenhuma natureza, podendo focar seus esforços em manter uma aparência impecável. Uma das maneiras de expressar isso para os outros era por meio dos cabelos. Assim, quanto mais ornado e trabalhado fosse o penteado, que podia levar horas para chegar aos resultados desejados (exemplificados na figura 1), maiores eram o status e a riqueza de seu marido e de sua família.

Figura 1 - Alguns penteados do século XVII



Fonte: <<https://martaiansen.blogspot.com.br/2013/12/perucas-e-penteados-exagerados-do-seculo-XVIII.html>>

Enquanto isso, para as mulheres africanas o cabelo era ainda mais discursivo: os diferentes penteados indicavam classe social, idade, tribo, família de origem e espiritualidade (CHAPMAN, 2007). Na Diáspora Africana, os negros escravizados eram levados à América e, então, tinham seus cabelos raspados, para evitar doenças e desvinculá-los de suas raízes culturais. Assim como corpo negro, o cabelo crespo também foi desumanizado, sendo tratado como pelo animal, lã (BRYD; THARPS, 2001). O cuidado com o cabelo foi mantido pelos escravos, ainda que não pudessem fazer muito por falta de recursos e tempo, e acabou sendo parte de uma estratégia de sobrevivência nas precárias condições em que se encontravam (CHAPMAN, 2007). Em substituição aos produtos naturais de que dispunham em seu continente de origem, as africanas passaram a usar produtos caseiros como café, manteiga e óleo de cozinha para cuidar e pentear os fios.

Nesse novo ambiente em que se encontravam, as mulheres negras passaram a perceber que ter o cabelo liso era não só uma questão de beleza como também representava maiores possibilidades sociais e econômicas (BRYD; THARPS, 2001). Os que possuíam cabelos mais lisos e traços menos marcadamente negros geralmente conseguiam trabalhos mais leves e sofriam menos preconceito. Mesmo depois do fim da escravidão, essas concepções se mantiveram, assim como o desejo por alisar o cabelo e deixar para trás o “cabelo ruim”.

Outro momento importante para a história do cabelo foi a influência do cinema e dos *looks* adotados pelas atrizes. O modelo *bob hair*, ilustrado com Louise Brooks na figura 2, disseminado pelas celebridades de Hollywood “fez a cabeça” das mulheres nos EUA - e no mundo. Mais uma vez, o cabelo era um modo de passar uma mensagem, e para muitos homens mais tradicionais, era uma evidência de vaidade e da falta de moral daquelas que adotavam o corte (WEITZ, 2004).

Figura 2 - Louise Brooks com corte *bob hair*

Fonte: <<http://www.smithsonianmag.com/arts-culture/the-history-of-the-flapper-part-4-emboldened-by-the-bob-27361862/>>

Havia um receio em relação aos “ideais feministas” que estariam por trás da tendência, se afastando dos padrões de feminilidade. Entretanto, o movimento feminista ainda não se voltava para as questões de aparência – as pautas eram mais voltadas à garantia dos mesmos direitos que os homens já gozavam. Apenas nos anos 60 o movimento feminista passa a voltar seu olhar para as questões de aparência (WEITZ, 2004). Inclusive, segundo a autora os cortes curtos acabaram por gerar mais gastos de tempo e dinheiro com a aparência, e consequentemente com salões de beleza, pois a manutenção requeria idas frequentes aos salões de beleza.

A exposição constante aos modelos de beleza por meio dos meios de comunicação de massa começou a gerar mais expectativas de que as mulheres seguissem certos padrões (WEITZ, 2004). Se essa já era uma missão complicada para as mulheres brancas, para as negras os modelos divulgados no cinema, nas revistas e na televisão eram especialmente difíceis de atingir, já que eram baseados em traços e características que não possuíam. Não havendo possibilidade de trocar a cor da pele ou os traços físicos, o cabelo se destacava como ponte para se aproximar da aparência pretendida. Havia uma gama de produtos prometendo alisar as mechas crespas e cacheadas, e as mulheres negras passaram a gastar boa parte do seu dinheiro para comprá-los e muito tempo para usá-los (WEITZ, 2004).

Alisar o cabelo, segundo Weitz, podia ser visto como uma arma contra a cultura dominante (2004). O cuidado com a aparência gerava uma imagem positiva sobre a própria

mulher e impactava toda uma visão sobre a raça negra. Afinal, o cabelo é valorizado na medida em que esforço, tempo e dinheiro foram dedicados a ele (WEITZ, 2004). O cabelo liso e sua aceitação social no corpo negro acabavam por promover uma noção de beleza negra ainda desconhecida.

Na segunda metade do século XX, além da grande variedade de tinturas e cortes que surgiram e se estabeleceram, o *black power*¹⁰ ganhou força e destaque com a luta pelos direitos civis negros nos Estados Unidos. Era uma maneira que a comunidade negra tinha para expressar apoio uns aos outros, frente a crimes de cunho racial no EUA (NIMOCKS, 2014). O *Black Panther Party*¹¹, que era majoritariamente composto por mulheres¹², foi algumas das principais lideranças do movimento, promovendo uma mudança discursiva que visava à transformação da concepção da identidade negra no imaginário coletivo (CHAPMAN, 2007). A figura abaixo foi emblemática à época, ilustrando essas mulheres lutando no partido. Como se pode verificar, o cabelo *black power* era bastante representativo da luta.

Figura 3 - Mulheres no *Black Panther Party*



¹⁰ Poder negro, em tradução livre da autora.

¹¹ O Partido das Panteras Negras foi uma organização política estadunidense que lutava pelos direitos da população negra.

¹² A polícia americana perseguiu muitos líderes masculinos do partido, deixando todas as mulheres atuantes. Elas passaram, então, a ser maioria, e buscaram pautar questões como igualdade de gênero, pavimentando um caminho que a ser seguido mais adiante na história. Mais informações em:

<<http://gender.stanford.edu/news/2014/women-key-shaping-black-panther-party>>. Acesso em maio de 2017.

Fonte: <<http://www.ibtimes.co.uk/women-revolution-more-50-black-panther-party-were-women-carried-guns-1525198>>

Em um contexto em que a ideia de mulher negra era oposta à ideia de beleza (CHAPMAN, 2007), a pauta *black is beautiful*¹³ que acompanhava o *Black Panther Party* as convida a deixar os alisadores de lado e assumir os fios naturais, em um reforço à beleza negra. Assumir o cabelo crespo, como dito anteriormente, é uma maneira de tomar para si toda a carga simbólica que ele acarreta. Era, portanto, uma maneira explícita e somatizada¹⁴ de apoiar a causa e fortalecer a identidade negra. A importância do cabelo foi tamanha que os slogans *black power* e *black is beautiful* acabaram ganhando mais força e popularidade que o próprio *equal rights*¹⁵. Por fim o cabelo afro acabou sendo considerado uma tendência da moda, perdendo sua força política (WEITZ, 2004).

A dimensão política do cabelo crespo, entretanto, ia de encontro à pressão estética da sociedade. Mesmo dentro do movimento, as mulheres que assumiam o cabelo afro percebiam uma valorização de suas intenções políticas, mas também se percebiam menos atraentes aos olhos dos homens, “sendo convidadas a menos encontros” (WEITZ, 2004).

Nessa dicotomia liso/crespo, vale observar de que maneira esse duplo acaba por engendrar um sistema classificatório e produtor de significados. Segundo Figueiredo (2002, p. 6), “o sistema classificatório brasileiro é hierarquizante, o pólo branco é tomado como positivo e o preto como negativo”, e no Brasil o racismo acaba sendo construído a partir das marcas fenotípicas, mais do que por ascendência. Por isso a importância do cabelo como formador da identidade negra.

Dentro desse sistema classificatório, a oposição entre os elementos acaba por gerar um desequilíbrio de poder, um se configurando como norma e outro como desviante - no contexto estudado, o liso se apresentando como o primeiro e o crespo/cacheado como o último. Se estabelece, portanto, uma cultura de poder, baseada nos sistemas classificatórios citados acima e, conseqüentemente, em uma estrutura de dominação normativa. Em relação ao cabelo, é clara a suposta superioridade do cabelo liso em função do crespo ou cacheado, verificada por exemplo na classificação do cabelo bom, o liso, e do cabelo ruim, o crespo. A dinâmica de dominação presente na esfera racial e que se manifesta em relação às texturas do cabelo são simbólicas e estruturais, existindo no campo das subjetividades e agindo

¹³ O negro é bonito, em tradução livre da autora.

¹⁴ Relativo ao corpo. Para Jurandir Freire (2005), a cultura somática coloca o corpo em destaque e se pauta pela moral das sensações a ele relacionadas. O corpo passa a ser um espaço de exposição para o outro, uma “vitruve compulsória dos nossos vícios e virtudes” (FREIRE, 2005, p. 198).

¹⁵ Direitos iguais (tradução livre da autora).

objetivamente na vida dos indivíduos.

Os contrastes qualitativos conferidos aos cabelos - bom/ruim - com base na sua origem racial se fundamentam fisicamente pelos atributos de maciez, movimento, embaraço, entre outros. Essa justificativa para a categorização do cabelo acaba ecoando nas vozes não somente daqueles que possuem o cabelo adequado, mas também nas falas dos indivíduos com cabelos cacheados ou crespos. De acordo com Bourdieu (1998), isso se explica pelo ciclo de dominação, em que atos de conhecimento são, inevitavelmente, atos de reconhecimento e de submissão. Assim, nesse caso, os desviantes passam a aceitar e inclusive reproduzir o discurso de que suas mechas são inferiores às mechas padrão.

Embasado pelos atributos físicos supracitados, o cabelo liso passa a exercer sobre os outros tipos um poder simbólico que. De acordo com Bourdieu (1998), tal poder só pode ser exercido pelos dominantes a partir da cumplicidade dos dominados, que ou não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que também o exercem. Trata-se, portanto, de um duplo em que nenhuma das partes admite a estrutura de dominação, apenas a introjetam e reproduzem. Por isso, mesmo dentro do movimento *black power* as mulheres com cabelos lisos eram consideradas mais atraentes, por si mesmas e pelos potenciais parceiros (WEITZ, 2004). Subordinar a percepção dos homens e mulheres negros sobre beleza negra a modelos opostos à sua natureza é inseri-los cada vez mais fundo no sistema de dominação simbólica que envolve a questão racial.

Assim, ainda que não seja ruim, o cabelo crespo/cacheado é classificado como tal e isso fornece base para que se construa uma estrutura de violência simbólica contra o cabelo e aquele que o porta. A expressão categoricamente deprecia o cabelo negro, potencializada pela força da linguagem e da classificação daquilo que é bom ou ruim. Enquanto o corpo físico possui características muito mais solidificadas - e ainda assim está sob regras cada vez mais poderosas e influentes, que o condicionam a estar saudável e belo (ARAUJO; MENESES, 2009) - em relação ao cabelo, existe a premissa “se é possível melhorar (nesse caso, alisando), por que não? ”. Vale lembrar que a “beleza está relacionada à transferência de poder”¹⁶ (JOHNSON; BANKHEAD, 2013, p. 91) e que, portanto, a mera existência desse tipo de pensamento reforça a relação de poder e de dominação que necessita ser problematizada e repensada.

Para romper com esse processo é preciso transformar as condições sociais que levam o dominado a adotar o ponto de vista dos dominantes. Extrapolando o conceito de Bourdieu e

¹⁶ Citação original: “Beauty is related to the transference of power” (JOHNSON; BANKHEAD, 2013, p. 91)

inserindo-o no contexto estudado, compreende-se que apenas a iniciativa individual de aceitação e uso das texturas naturais do cabelo não é suficiente para desfazer a estrutura social de desvalorização do cabelo crespo/cacheado. É preciso ir além e ressignificar seus usos para ambas as partes, em um processo gradual e que, aparentemente, está se configurando nos movimentos de aceitação dos cabelos naturais.

3.3 O movimento do cabelo natural

Como visto anteriormente, a valorização e reconfiguração da estética do cabelo crespo possui raízes fortes nos anos 60 e 70, com o surgimento do *black power*. Foram duas maneiras de modificar a maneira como era percebido esse traço tão representativo da negritude do indivíduo, que era induzido a ocultá-lo ao máximo com o uso de mecanismos alisadores. Um dos principais argumentos contra o alisamento do cabelo, além da faceta ideológica, era que o processo para alisar é demorado e doloroso (CHAPMAN, 2007). Ainda assim, o processo de aceitação iniciado na segunda metade do século XX é muito incipiente. A tendência a alisar e a não aceitar o cabelo natural ainda se mantém muito forte, como pode ser percebido nos produtos de beleza e nos meios de comunicação voltados à mulher, que incentivam o controle das mechas, valorizam o liso e perpetuam o discurso de associação do cabelo liso à beleza, à sedução e à aceitação social.

No que tange à composição, os cosméticos industriais são confeccionados por meio de variados processos químicos, com diversos ingredientes tais como parabenos¹⁷, sulfatos¹⁸, petrolatos¹⁹ e silicones. Tais ingredientes são comprovadamente nocivos à saúde se usados por períodos prolongados de tempo (NIMOCKS, 2014, p. 51). Além disso, o sulfato é um detergente de ação forte, o que faz com que ele limpe o cabelo agressivamente e retire também as camadas de proteção natural que ele produz. Esse processo acaba por ressecar e danificar o cabelo crespo e cacheado, que naturalmente já possui uma estrutura que dificulta a hidratação natural. Isso faz com que o cabelo perca sua estrutura natural e acaba por deixá-lo desnutrido. Para corrigir isso, são usados produtos com silicones, vaselinas e óleos que buscam "encapar" o fio e dar a ele um aspecto aperfeiçoado, mas que não penetram e cuidam

¹⁷ Os parabenos são substâncias empregadas em formulações cosméticas com a finalidade de conservação de produtos, preservando-os de contaminação a microorganismos." Fonte: ANVISA. Disponível em <<http://www.anvisa.gov.br/faqdinamica/index.asp?Secao=Usuario&usersecoes=34&userassunto=206>>. Acesso em 20 de março de 2017.

¹⁸ Sulfatos são ingredientes com "propriedades detergente, molhante, espumógena, emulsificante e solubilizante". Fonte: ANVISA. Disponível em <http://www.anvisa.gov.br/cosmeticos/informa/parecer_lauril.htm>. Acesso em 20 de março de 2017

¹⁹ Produtos derivados do petróleo, como parafinas, óleos minerais e vaselina.

da sua estrutura, apenas mascaram o problema²⁰.

A partir desse contexto de insalubridade e de dificuldade de cuidar do cabelo com os cosméticos convencionais, aliado à vontade e necessidade de assumir o cabelo natural sentida por algumas mulheres, surge o movimento do cabelo natural. Tal movimento começa a falar sobre a aceitação do cabelo crespo e cacheado, e faz uso de conhecimentos antigos para o cuidado com as madeixas. Isso significa um tratamento mais natural, indo na contramão daquilo que, aparentemente, a indústria cosmética deseja. Ao falar sobre as dimensões deste movimento, Nimocks afirma que

o movimento do cabelo natural não apenas chamou atenção para a necessidade das mulheres de serem educadas sobre seus cabelos e produtos de cuidados pessoais, como criou um espaço tanto virtual quanto físico para que as mulheres se sentissem confortáveis falando sobre sua saúde fora do contexto de produtos para pele e cabelo (NIMOCKS, 2014, p. 9).²¹

É interessante notar que o movimento do cabelo natural acaba gerando um contexto de maior cuidado com a superfície corporal, expandindo-se da atenção à saúde do cabelo ao olhar vigilante e atento à saúde como um todo, despertando consumidoras bem informadas para tomar decisões melhores. De acordo com Nimocks (2014, p.9) “o movimento do cabelo natural (...) fez com que as mulheres ficassem mais autônomas, e promoveu o cuidado pessoal de uma maneira bastante prática e holística”²², constituindo um movimento que dialoga com o mercado, mas principalmente transforma as mulheres envolvidas e atuantes nele. No grupo NLPI, a discussão é focada apenas nas técnicas *no* e *low poo*, mas sabe-se que surgiram outros grupos no Facebook derivados dele. Em especial pode-se citar o Rotina Saudável, que abrange o cuidado corporal como um todo, seguindo a linha do grupo NLPI de consumo atento aos ingredientes e aos efeitos no corpo, concordando com o que Nimocks defende.

A importância do cuidado pessoal reivindicado pela mulher negra por meio do movimento do cabelo natural possui um caráter histórico muito marcante, uma vez que as negras eram ensinadas a sempre cuidar dos outros e não de si. Isso demonstra a importância social do movimento, que advoga por muito mais do que apenas a liberação da textura natural do fio crespo. Com o movimento, a mulher negra passa a se observar e se valorizar, a partir de

²⁰ Para mais informações e para melhor compreender a técnica, sugere-se o: vídeo “No e Low Poo - TUDO o que você precisa saber | Mari Morena”, da *youtuber* Mari Morena, que foi uma das primeiras *youtubers* a falarem sobre as técnicas. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=pjE11S30VKM>>. Acesso em 15 de março de 2017

²¹ Citação original: “The natural hair movement has not just addressed the need for women to be educated on hair and personal care products, but has also provided both a virtual and physical space for women to feel comfortable talking about their health outside the context of skin and hair product” (NIMOCKS, 2014, p. 9).

²² Citação original: “the natural hair movement (...) has made women more autonomous and has fostered self-care in a very practical, holistic sense” (NIMOCKS, 2014 p. 9)

sabedorias não hegemônicas e que fortalecem a comunidade negra.

4. “No e Low Poo Iniciantes”: o grupo no Facebook

*De que vale seu cabelo liso
E as ideias enroladas dentro da sua cabeça?
Ana Carolina*

4.1 O método *no e low poo*

O método foi elaborado pela britânica Lorraine Massey, e divulgado por meio do livro “O método da garota cacheada”, lançado em 2011, nos Estados Unidos, e em 2015, no Brasil. Desde então, cada vez mais mulheres abraçaram as técnicas propostas e começaram uma nova relação de consumo e aceitação do cabelo.

Desde o lançamento do livro, o método *no e low poo* vem ganhando espaço, tanto em fóruns e espaços dedicados à discussão sobre o tema, quanto por marcas e produtos no mercado. Surgem *blogs*, canais no YouTube, grupos no Facebook, fóruns, perfis no Instagram, entre outros, que se propõem a aprofundar o tema e fornecer informações necessárias para que outras pessoas possam também aderir à técnica. O crescimento se deu de tal maneira que, em 2016, foi notável um esforço de jornais e revistas de grande circulação no Brasil²³ falando sobre o tema e informando o que são as técnicas *no e low poo* e como executá-las.

Em resumo, o método consiste em eliminar o uso de sulfatos dos produtos capilares, para evitar a ação agressiva causada pelo ingrediente. O sulfato é um dos principais ingredientes dos xampus comuns. Entretanto, sua ação é muito forte, o que faz com que ele retire as hidratações e proteções naturais dos fios. Para os cabelos crespos e cacheados, isso é especialmente danoso, visto que o formato anelado faz com que o caminho da raiz às pontas seja mais difícil de percorrer, resultando em fios mais ressecados. Em um ciclo vicioso, ao usar produtos com sulfato, e por consequência danificar o cabelo, é preciso substituir a hidratação natural perdida. Assim, cria-se uma dependência dos condicionadores e dos mais diversos cremes, gelatinas, mousses, sprays e etc. São produtos que levam na composição silicones, petrolatos, parafinas líquidas, vaselinas e óleos minerais. Esses ingredientes acabam criando um “verniz”, que garante brilho e maciez temporária aos fios, mas não cuida profundamente – e ainda acabam por impedir a (pouca) hidratação natural de atingir a estrutura do fio. Para completar o ciclo, como são ingredientes mais pesados, sua limpeza só

²³ Um breve clipping feito na elaboração do projeto deste trabalho pode ser conferido no Apêndice A. Nele, é possível verificar matérias de grandes jornais e revistas, como G1, Revista Cláudia, Folha, Correio Braziliense, Ego e Extra

pode ser realizada com ingredientes como o sulfato, mantendo o usuário preso nesse círculo de cuidados infrutíferos.

A proposta é, então, uma alternativa a esse processo, oferecendo ao cabelo um cuidado real, mais natural e menos invasivo. Retira-se o sulfato e uma série de ingredientes condicionantes. Daí surge o nome *no e low poo*, em referência à ausência parcial ou total de xampu, associando o xampu ao sulfato, já que as opções do mercado à época majoritariamente o continham na fórmula.

Os produtos passam a ser classificados em "liberados" e "proibidos" pelas adeptas ao método, com o critério básico sendo a composição química. Existem listas de produtos liberados, assim como listas de ingredientes proibidos, divulgadas em blogs, canais no YouTube e no próprio grupo NLPI no Facebook. A lista de produtos liberados tem crescido consideravelmente, em uma resposta do mercado às demandas das consumidoras.

Diversas marcas surgiram, se reposicionaram e/ou lançaram linhas especialmente dedicadas a esse nicho. Uma marca que se destaca dentro do contexto *no e low poo* é a Salon Line, que vem lançando diversos produtos liberados e se aproximando bastante das *digital influencers*²⁴ do meio, convidando-as para serem embaixadoras da marca.

Nimocks aponta para a importância da internet no crescimento do movimento do cabelo natural. Graças às possibilidades da rede, grupos nacionais e internacionais surgem para discutir o assunto, em espaços próprios, confortáveis e seguros para as participantes (NIMOCKS, 2014). Nesse contexto se insere o grupo NLPI, criando justamente uma comunidade de apoio e suporte, bem como para a disseminação das informações referentes ao método.

4.2 O grupo no Facebook

Uma das principais possibilidades de interação no Facebook é por meio de grupos, que servem como um espaço para que os membros possam conversar sobre algum tema em comum. De acordo com Recuero (2005, p. 5) essa interação “tem sempre um caráter social perene e diretamente relacionado ao processo comunicativo”, e trata-se de uma dinâmica reflexiva. Em 10 de fevereiro de 2017, o grupo fechado²⁵ NLPI no Facebook contava com

²⁴ “Pessoas influentes no campo digital. Geralmente são conhecidos através de alguma rede independente, como Instagram, Twitter ou Youtube” (MOREIRA e RIOS, 2016, p. 8).

²⁵ Isso significa que qualquer um pode pedir para participar ou ser adicionado ou convidado por um membro. Além disso, qualquer pessoa pode encontrar o grupo na ferramenta de busca e pode ver: o nome do grupo, os participantes, a descrição e as marcações. Entretanto, apenas os membros atuais podem ver o que os membros publicam no grupo, assim como histórias sobre o grupo no Facebook (por exemplo, Feed de Notícias e busca). Para mais informações, consultar o Anexo A "Configurações de privacidade de grupos no Facebook"

278.010 membros. A descrição do grupo era a seguinte:

Figura 4 - Descrição do grupo NLPI

DESCRIÇÃO

estamos de volta 😊

Low Poo - Shampoo Leve - Xampu Leve - ROTINA SEM SULFATOS E SURFACTANTES PESADOS EM SHAMPOOS E SEM PETRODERIVADOS: é uma técnica de cuidados capilares onde são usados shampoos sem sulfatos e surfactantes pesados e produtos sem substâncias nocivas à saúde capilar (petrolato, parafina, óleo mineral e etc).

No Poo - Sem Shampoo- Sem Xampu - ROTINA SEM PETRODERIVADOS, SILICONES INSOLÚVEIS E QUALQUER TIPO DE SHAMPOO: é uma técnica de cuidados capilares, onde é excluído o uso de shampoos e, por consequência, substâncias nocivas que se acumulam nos fios, devido a restrição de alguns agentes limpantes (petroderivados e silicones insolúveis).

O resumo acima não exclui o estudo aprofundado das técnicas.

Regras do Grupo

1. O respeito entre os membros é a nossa regra principal, falta de respeito é passível de ban, então ao postar ou comentar se atente aos termos. Palavras de baixo calão não são aceitas por mais difícil que seja a situação meça suas palavras. Brincadeiras maldosas e comentários de mau gosto são o fim, pense bem situações onde um apenas ri não é brincadeira é maldade. O grupo é misto portanto mulheres e homens postam e opinam sem qualquer censura.

Leia o post fixo 😊

TIPO DE GRUPO

Grupo de estudo

Fonte: grupo NLPI no Facebook²⁶

A publicação fixa²⁷ (post fixo a que a descrição se refere) contém um guia básico para iniciantes e uma versão estendida das regras. O grupo conta com 3 moderadoras, que acompanham as publicações, auxiliam as participantes²⁸, geram conteúdos compilando dicas e

²⁶ Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/noelowpooiniciantes/>. Acesso em maio de 2017.

²⁷ As publicações fixas ficam no topo da página de discussão do grupo, aparecendo sempre que alguém entre no grupo. O conteúdo da publicação fixa pode ser encontrado no Anexo B “Regras do grupo ‘No e Low Poo Iniciantes’ no Facebook”.

²⁸ Mesmo sendo um grupo misto, neste trabalho optou-se por se referir aos membros do grupo usando o gênero feminino, pois o trabalho se propõe a estudar as identidades femininas no grupo, fazendo esse recorte claro. Além disso, a participação no grupo é majoritariamente de mulheres, como foi verificado na análise das publicações.

listas de produtos, além de analisar as denúncias nas publicações. Eventualmente, as moderadoras submetem as publicações à aprovação, quando sentem que o grupo está disperso ou com conteúdo irrelevante. No momento desta pesquisa, as publicações estavam abertas e sem necessidade de aprovação.

Até a data do fechamento dessa monografia, a estrutura do grupo NLPI estava dividida em abas da seguinte forma:

- Discussão: onde ficam as publicações feitas pelas participantes;
- Membros: em que é possível ver quem faz parte do grupo, assim como quem são as moderadoras;
- Eventos: aba que agrupa os eventos futuros e passados. No momento da pesquisa não havia eventos futuros, apenas 10 eventos passados. Os eventos não alcançaram muita relevância, pois o com maior número de confirmados possui apenas 63 confirmados, que representa menos de 0,1% dos participantes do grupo NLPI;
- Vídeos: onde se encontrava um acervo dos 398 vídeos publicados na discussão pelos membros no grupo, desde seu surgimento. A quantidade de vídeos se mostrou também pouco significativa, dado que o volume de publicações diárias de fotos no dia analisado beirou 100 publicações;
- Fotos: com milhares de fotos publicadas na discussão pelos membros;
- Álbuns: com 15 álbuns de fotos - sendo que 9 são organizados para ajudar na técnica, a saber: 8 são compilados de diferentes tipos de produtos liberados para a técnica e 1 resumo em fotos; e
- Arquivos: com 106 *uploads* de arquivos que explicam e ajudam a execução da técnica.

A partir desse breve quadro, nota-se que o grupo existe para disseminar a técnica elaborada por Lorraine Massey de cuidados com os cabelos anelados. Os membros do grupo contam com blogs e vídeos em sites externos para conhecer e aprender sobre a técnica, e compartilham no grupo seus conhecimentos e experiências. Como é voltado para iniciantes, essa troca de informações é muito valiosa, para que se compreenda do que se trata e como empreender o método.

A aba principal do grupo é a discussão, onde estão todas as publicações e interações entre os membros. Sua organização se dá por meio de um algoritmo do próprio Facebook, que lista as publicações por ordem de relevância²⁹. Levando isso em consideração, o presente

²⁹ Os critérios exatos usados pelo Facebook para pontuar a relevância de cada publicação não são muito claros, mas sabe-se que envolve afinidade, que é medido pela quantidade de interações com aquela publicação; peso do conteúdo, que avalia que tipo de publicação foi feita (foto, vídeo, status), com maior peso para fotos e vídeos; e

trabalho se debruçou apenas sobre as publicações na discussão do grupo que continham fotos, cronologicamente organizadas na aba fotos. Além disso, um dos principais mecanismos para o bom funcionamento do grupo NLPI é a ferramenta de busca, que permite ao membro buscar por palavras-chave o assunto que lhe interesse, podendo acessar publicações antigas. Inclusive, nas regras do grupo NLPI as moderadoras indicam que as participantes devem pesquisar antes de postar as dúvidas.

A experiência pessoal com o grupo mostrou que as participantes são muito solícitas, e que o material é bastante rico em informações para começar a técnica, cumprindo o propósito do grupo. É possível (e comum) entrar no grupo sem saber nada sobre a técnica e, com a consulta ao material disponível, aprender como transformar os hábitos de cuidado capilar. Como a técnica demanda o abandono de diversos componentes das fórmulas dos produtos, é necessário esse estudo prévio para iniciar o método, reforçando a importância do grupo no auxílio aos iniciantes.

4.3 O grupo no Facebook como salão de beleza digital

De acordo com Gomes (2002), os salões étnicos são, hoje, espaços de fortalecimento da valorização e aceitação do cabelo negro, visto que ensinam os cuidados, incentivam o uso do cabelo natural e possibilitam a identificação do indivíduo negro como belo – na contramão das mensagens do “cabelo ruim” e de incentivo ao alisamento. Assumem, portanto, caráter político apesar de sua natureza comercial. A verificação de mais estabelecimentos do tipo nos centros urbanos e sua expansão para espaços antes não ocupados revela o fortalecimento do discurso negro e um passo adiante no caminho de desconstrução do preconceito racial (GOMES, 2002).

É importante ressaltar que os salões de beleza afro eram voltados para o cuidado com o cabelo, mas não da maneira como se busca nos movimentos de cabelo natural de hoje. O cuidado estava muito relacionado ao alisamento, que permitia à mulher negra se sentir bonita e adequada aos padrões prestigiosos de beleza, e diga-se em sua maioria a beleza do cabelo liso da mulher branca. De acordo com Nimocks (2014, p. 40):

Embora algumas mulheres negras considerem que os salões de beleza não dão a oportunidade de “assumir o natural”, outras sentem que o salão é vital, melhorando parte de suas vidas. Essas duas realidades tornam difícil a tarefa de categorizar os

salões como positivos ou negativos para a comunidade negra.³⁰

De qualquer forma, seja positiva ou negativa, a relação das mulheres com o salão de beleza se mostra intensa e de grande relevância.

O cuidado do cabelo é de tal modo presente na vida das mulheres que Nimocks (2014) chega a comparar o compromisso de ir ao salão ao compromisso de ir à igreja. Os salões se transformaram em espaços comunitários de apoio, de troca e de conhecimento sobre o próprio cabelo e a própria identidade, colocando negras em contato e proporcionando a elas uma possibilidade de conversar sobre o cabelo - e os mais diversos assuntos que surgem dentro do universo íntimo do salão de beleza. Os salões passam de espaços de “aperfeiçoamento estético” para “centros de convivência”, espaços de discussão e valorização da cultura e da beleza negras (FRY, 2002).

Esse espaço dialógico de contato e encontros existentes nos salões de beleza hoje foi reconfigurado ao superar as barreiras físicas dos salões e se projetar para a internet. Fóruns *online* e espaços expositivos constituem-se ambientes onde as mulheres passam a falar sobre seus cabelos, aprendem a ter cuidados mais saudáveis e, em última instância, passam a abranger hábitos saudáveis, baratos e adequados para seus corpos como um todo. Nessa nova dimensão “blogueiras do cabelo natural proporcionam um espaço virtual para mulheres aprenderem sobre produtos de cabelo e vida saudável no conforto de suas próprias casas” (NIMOCKS, 2014, p. 35)³¹.

³⁰ Citação original: “Although some Black women find that hair salons do not give them a choice to go ‘natural’, other Black women feel the hair salon is a vital, uplifting part of their lives. Both of these realities make it difficult to categorize hair salons as being detrimental or an asset to the black community” (NIMOCKS, 2014 p. 40).

³¹ Citação original: “Natural hair bloggers provide a virtual space for women to learn about hair products and healthy living in the comfort of their own homes” (NIMOCKS, 2014 p. 35)

5. Metodologia de trabalho

A metodologia de trabalho, ou “metodologia na pesquisa”, indica os métodos efetivamente usados no plano prático da pesquisa (LOPES, 2005, p. 94). No presente trabalho, a escolha do *corpus* se deu visando compreender a dinâmica existente no grupo NLPI. Para tanto, decidiu-se analisar as publicações e as interações entre as participantes, além das motivações para participar. Optou-se por utilizar análise de conteúdo, observação participante e entrevista em profundidade, analisando o dia 20 de novembro de 2016.

Ao escolher o período a ser analisado, percebeu-se que a dinâmica de grupos do Facebook não possibilitava ver as publicações por ordem cronológica, e sim por ordem de relevância. Isso criou uma limitação para a análise das publicações, sendo necessário pensar em outra maneira de se estudar o grupo NLPI. Além disso, as interações nas publicações demoram algum tempo para serem concluídas, já que a própria rede continua mostrando publicações de dias anteriores para alguns usuários de acordo com os critérios de relevância. Isso levou a duas escolhas importantes, saber: analisar uma data passada, para que as interações já estivessem finalizadas, e analisar apenas publicações feitas no grupo NLPI que contivessem fotos, já que é possível buscar cronologicamente o histórico de fotos no álbum geral do grupo. Essa decisão excluiu publicações de outros tipos de conteúdo, como apenas texto, vídeos ou compartilhamentos dentro do grupo, mas se mostrou a mais viável.

Dado este contexto, primeiramente estabeleceu-se que as publicações analisadas seriam referentes à semana do dia 17 de novembro 2016 ao dia 23 de novembro 2016. A semana de referência foi escolhida pela importância do dia 20 de novembro, Dia da Consciência Negra no Brasil. A partir dele, foram selecionados três dias anteriores e três dias posteriores, concluindo uma semana. Tal período foi selecionado para que fosse analisado um ciclo semanal completo, sendo possível buscar algum tipo de diferença entre os diferentes dias da semana no funcionamento da dinâmica do grupo, não excluindo um ou outro dia que pudesse ser relevante.

Compreende-se que seria ainda melhor analisar um período maior, como um mês. Entretanto, o fluxo de publicações diárias do grupo se revelou muito grande e valioso para a pesquisa, com cerca de 100 publicações diárias. Assim, levando em consideração a natureza do trabalho de graduação e o tempo e os recursos dispostos para a sua conclusão, optou-se por analisar apenas o dia 20 de novembro de 2016. Dessa maneira, objetivou-se lograr uma análise mais sintética, contudo mais profunda no que diz respeito à investigação do conteúdo e do sentido das publicações mais relevantes.

Além disso, utilizou-se a observação participante como método de coleta de dados, aproveitando a participação da autora no grupo NLPI desde antes do início da pesquisa. Tal método permite o rápido acesso a dados, inclusive dados que poderiam ser considerados privados pela comunidade (GIL, 1989). A partir da observação foi possível trazer à análise algumas considerações importantes sobre o funcionamento do grupo e a dinâmica de interação das participantes.

Para o estudo das publicações do grupo NLPI foi utilizada a metodologia de Análise de Conteúdo, definida por Laurence Bardin como

um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 1979, p. 42).

Para iniciar a análise, foram buscadas ferramentas que conseguissem monitorar grupos de Facebook, a fim de colher um material mais preciso, detalhado e completo. Entretanto, a maior parte das ferramentas encontradas não possibilitava o monitoramento de grupos no Facebook, apenas de páginas na plataforma. A única que indicou ser possível foi a Grytics, que disponibiliza um mês de teste gratuito. Foi feito cadastro no sistema, mas era preciso ser administradora do grupo para poder colocá-lo na ferramenta. Assim, a administradora do grupo foi contatada, explicou-se a motivação acadêmica para monitorar o conteúdo e conseguiu-se a permissão para ser administradora. Ainda assim, a ferramenta não permitiu o monitoramento por se tratar de um grupo fechado no Facebook, sendo possível apenas analisar grupos abertos. Após entrar em contato com a assistência da Grytics, confirmou-se a limitação da ferramenta quanto a esse recurso. Decidiu-se, então, fazer a análise de conteúdo apenas manual, que acabou se materializando em uma tabela com as publicações do dia 20 de novembro de 2016.

Junto à análise de conteúdo e de sentido, foi feita uma entrevista com uma das fundadoras e moderadoras do grupo NLPI³², Leila Guimarães, dado que a pesquisa permite o aprofundamento dos dados acerca do comportamento humano (GIL, 1989). As perguntas foram enviadas por e-mail para serem respondidas, a pedido da entrevistada. Com a entrevista, objetivou-se compreender alguns aspectos do grupo que possivelmente ficariam de fora da análise das publicações de apenas um dia.

³² A entrevista pode ser consultada no Apêndice B.

6. Análise do grupo NLPI

*Se eu quero pixaim, deixa
Se eu quero enrolar, deixa
Se eu quero colorir, deixa
Se eu quero assanhar, deixa
Deixa, deixa a madeixa balançar
Chico César*

No dia 20 de novembro de 2016, foram publicadas 91 fotos no grupo NLPI. As publicações foram tabuladas, mas dado o tamanho da tabela optou-se por anexá-la ao trabalho, sendo possível consultá-la no Apêndice C. Nessa tabela, é possível observar todos os textos publicados com fotos no referido dia, assim como a quantidade de reações, comentários e compartilhamentos, ou seja, o engajamento gerado.

Percebeu-se que o grupo é bastante engajado com as publicações, visto que apenas duas, a publicação 4 e a publicação 40 da tabela, não apresentam nenhum comentário ou reação. Além disso, a publicação 40 é a única que contém conteúdo não relacionado à temática do grupo NLPI, justificando a falta de interesse das participantes. Foram 2931 reações e 686 comentários no dia 20 de novembro de 2016. Não houve nenhum compartilhamento, mas isso se justifica dada a configuração do grupo NLPI como grupo fechado, em que os compartilhamentos perdem sentido por serem visíveis apenas aos membros do próprio grupo. Ratificando o recorte de gênero escolhido para a análise, no dia tabulado 99% das publicações foram feitas por mulheres, apenas uma foi feita por um homem.

De acordo com Recuero (2014), reagir e comentar publicações no Facebook são práticas conversacionais que espelham a atividade no mundo *offline*. As reações são uma forma de apoiar o que foi publicado, reconhecendo sua relevância. Os comentários, além disso, contribuem efetivamente para a conversa, e demandam maior esforço do usuário, dando a eles uma importância ainda maior quando se analisam essas interações. Fica clara, portanto, a alta taxa de interação existente dentro do grupo NLPI, dada a existência de apenas uma publicação sem engajamento das participantes. Existe uma dinâmica de troca e interação muito importante para a manutenção do grupo NLPI, que concede a ele relevância como espaço de discussão sobre as técnicas *no e low poo*.

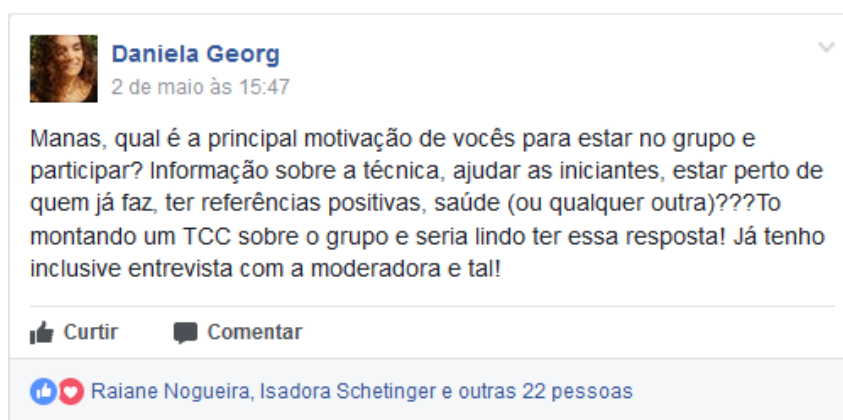
Ao observar e estudar as publicações do dia 20 de novembro de 2016, foi percebido que o compartilhamento de histórias e a ajuda a quem está começando se destacam como mecanismos principais de funcionamento do grupo NLPI. Esta intenção se mostra inclusive

no nome “No e Low Poo Iniciantes”, que convida as iniciantes para participarem. As informações sobre a técnica estão disponíveis em diversas outras plataformas, como livros, canais no YouTube, *blogs* e outros fóruns, mas esse intercâmbio de experiências que se dá no grupo NLPI faz dele um espaço único e valioso para os membros.

Assim, a interação e as trocas de conhecimento, informação e opinião que se dão entre as participantes permearam todas as publicações analisadas. A busca por essa interação é clara, gerando publicações que perguntam e convidam o outro a participar e a conversar. Uma das participantes chega a dizer em um comentário que “não estamos sozinhas”, reforçando o sentimento de solidariedade, pertencimento e intimidade existente no grupo.

Para verificar essa dinâmica percebida na análise das publicações, questionei no grupo o que as motivava a estar ali e participar, por meio de uma publicação no dia 2 de maio de 2017, que pode ser vista na figura 6. Foram 42 respostas (todas de mulheres), além de interações entre com as respondentes nos comentários da publicação no intuito de entender melhor algumas das motivações.

Figura 5 - Publicação da autora sobre motivação



Fonte: grupo NLPI no Facebook³³

Nas respostas, as ajudas umas às outras são amplamente citadas. Portanto, junto à análise das publicações do dia 20 de novembro de 2016, ratifica-se o caráter comunitário de apoio mútuo. Em um comentário, uma das participantes afirmou “[é] fundamental a interação nessa plataforma. acho que os grupos funcionam pra gente se ajudar mais de pertinho haha” (sic).

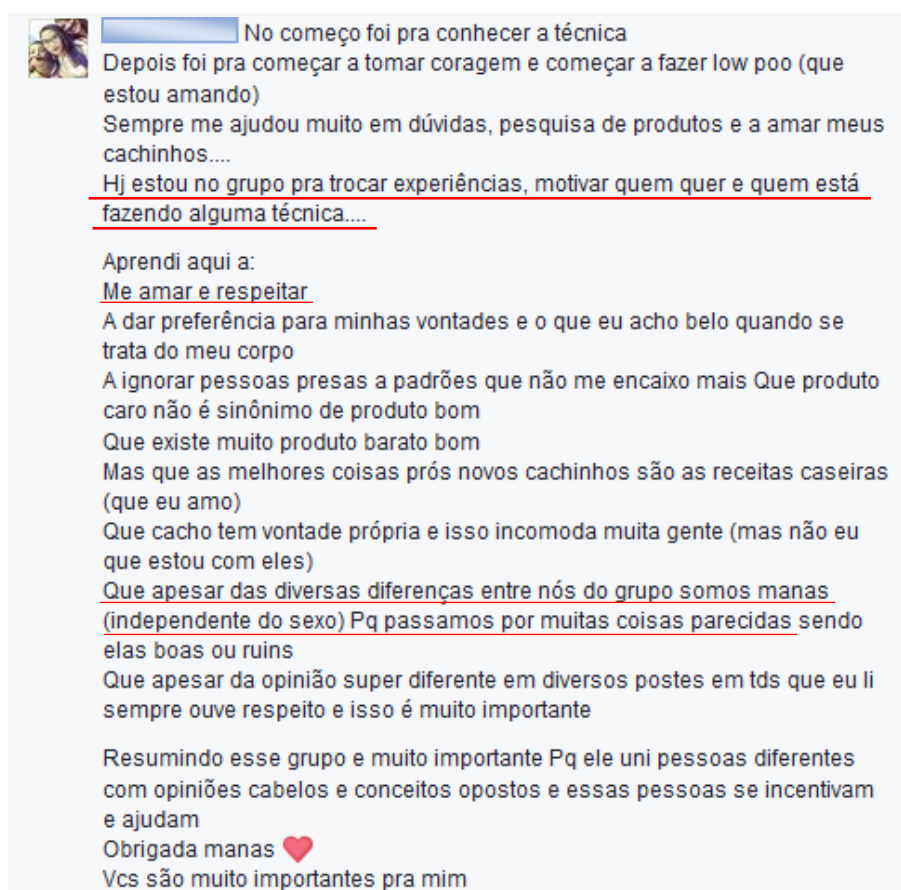
Essa dinâmica de interação virtual entre os usuários foi amplamente apontada nas respostas. A palavra “troca” foi mencionada nas respostas 12 vezes e “ajuda” foi mencionada

³³ Disponível em: <https://goo.gl/Om4RmG>. Acesso em maio de 2017.

13 vezes, sendo que houve 4 comentários que mencionaram ambas, o que somado significa 50% das 42 respostas. Isso sem contar os comentários em que as palavras não foram diretamente citadas, mas em que é possível inferir a importância dessa interação para a participante. Há, portanto, um indicativo de que essa seja a engrenagem que mantém o grupo ativo e funcionando, uma vez que gera o interesse entre as integrantes da rede, verificado nas diversas respostas.

Uma resposta em especial chamou atenção, por compilar vários dos sentimentos mencionados pelas outras mulheres. De certa forma, pode-se dizer que a publicação abaixo resume as emoções de pertencimento e participação no grupo:

Figura 6 – Comentário 01



Fonte: grupo NLPI no Facebook ³⁴

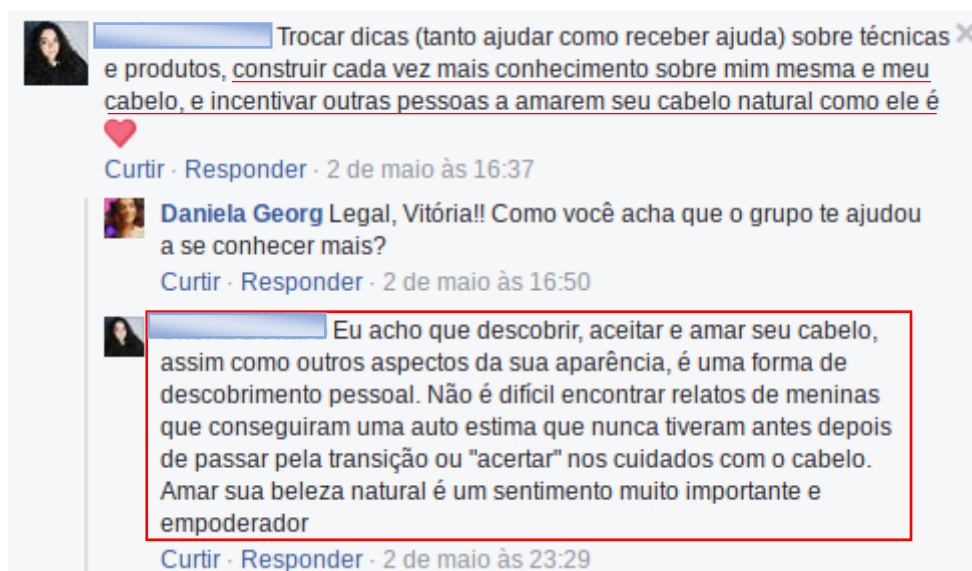
A participante descreveu bastante do comportamento que pode ser notado no grupo de maneira geral: entrar no grupo para conhecer, tirar dúvidas, começar a praticar, aprender sobre a técnica com as outras, aprender a aceitar e amar o próprio cabelo e, então, ajudar

³⁴ Disponível em: <https://goo.gl/Om4RmG>. Acesso em maio de 2017.

quem está passando pelo processo também. Ela afirma que está no grupo para “trocar experiências, motivar quem quer e quem está fazendo alguma técnica”, apontando a interação com as outras participantes como razão para continuar no grupo.

Não se pode deixar de notar o caráter íntimo e particular que ela apresenta em seu discurso sobre o grupo NLPI, ao dizer que aprendeu a se amar e se respeitar. Essa dimensão de aceitação é muito patente no movimento do cabelo natural, sendo verificada em diversas publicações. Outra participante respondeu à publicação confirmando essa ideia, nos comentários que podem ser vistos abaixo:

Figura 7 – Comentário 02



Fonte: grupo NLPI no Facebook³⁵

A elevação da autoestima e do amor próprio e a aceitação do cabelo costumam fazer parte do processo de execução das técnicas e das interações existentes no grupo NLPI. As informações trocadas no grupo acabam funcionando como base para ressignificar a relação das participantes com o cabelo e, consequentemente, com quem são. Como dito no comentário, “não é difícil encontrar relatos de meninas que conseguiram uma autoestima que nunca tiveram antes depois de passar pela transição”. Os relatos de si mencionados no comentário são de grande relevância para o grupo NLPI, e mais à frente dedicamos um tópico especialmente para compreendê-los melhor.

Além dessa superação pessoal de aceitação, ainda no “Comentário 01” a participante aborda o senso de comunidade existente no grupo quando diz que “apesar das diferenças nós

³⁵ Disponível em: <https://goo.gl/Om4RmG>. Acesso em maio de 2017.

do grupo somos manas (...) pq passamos por muitas coisas parecidas” (sic). Uma das “coisas parecidas” que notavelmente muitas das participantes passa é a transição capilar, que é um momento delicado na relação da mulher com o cabelo e sua autoestima. Estar em um grupo que compreende as dificuldades envolvidas torna o processo menos doloroso, sendo mais fácil por saber que muitas outras mulheres que estão passando ou já passaram pela mesma situação.

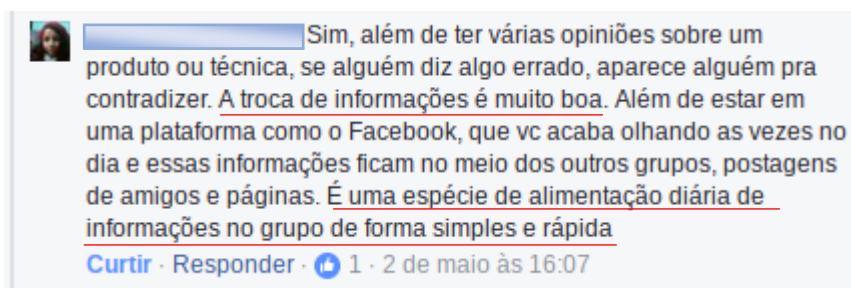
De acordo com Recuero (2005) a comunidade virtual é um grupo de pessoas que interage via comunicação mediada, e que tem um espaço virtual como suporte. Entende-se, portanto, que o grupo NLPI se configura como esse suporte para a comunidade que se forma entre as participantes. Essa comunidade pode ser estudada segundo seus laços e capital social. Segundo a autora,

o capital social constitui-se em um conjunto de recursos de um determinado grupo, obtido através da comunhão dos recursos individuais, que pode ser usufruído por todos os membros do grupo, ainda que individualmente, e que está baseado na reciprocidade (RECUERO, 2005, p.8).

Esse capital é formado, no grupo NLPI, pelos diversos comentários e compartilhamentos. São relações recíprocas de ajuda e compartilhamento de conhecimento, que se verificam a todo tempo nas publicações, em que essa troca se configura. A partir disso se estabelecem os diversos laços sociais³⁶ que mantêm a engrenagem do grupo NLPI funcionando e as relações ativas.

As participantes cooperam entre si, estabelecendo cada vez mais laços e fortalecendo a rede. No comentário abaixo verifica-se a importância da rede e dos laços sociais fortalecidos para a participante, que se depara com as publicações em meio às outras no seu *feed* de notícias, e com isso recebe diariamente um pouco de conteúdo sobre o tema.

Figura 8 – Comentário 03



Fonte: grupo NLPI no Facebook³⁷

Dentro do Facebook, esse processo de intensificação dos laços e crescimento da rede

³⁶ De acordo com Recuero (2005) os laços sociais estão ligados à ideia de interação social, sendo as relações entre os indivíduos. Quanto maior o número de laços, maior a densidade da rede em questão.

³⁷ Disponível em: <https://goo.gl/Om4RmG>. Acesso em maio de 2017.

possui bastante relevância, uma vez que o *feed* de notícias mostra para o indivíduo as publicações que são mais relevantes para ele³⁸. As interações entre os perfis superam os limites da interação presencial (tempo e espaço), de modo a permitir uma troca efetiva com usuários desconhecidos. Com efeito, tornam-se bastante relevantes para a configuração do grupo (ROSA; SANTOS, 2013). Quanto mais publicações e interações há, mais relevante torna-se o grupo NLPI para as participantes, pois mais informações que lhes interessam são trocadas. Assim, quanto mais comentam e reagem às publicações, mais as participantes recebem informações do grupo NLPI, em um ciclo que acaba por criar, como dito no comentário, uma interação constante e diária com o conteúdo publicado na rede.

Uma vez compreendida a presença constante dessa busca por interação e trocas dentro do grupo NLPI, buscou-se a tabela para analisar que outros sentidos estavam sendo construídos coletivamente pelas participantes. Havia uma suposição de que o movimento de valorização do cabelo natural existente dentro do grupo NLPI estava relacionado a questões políticas e ao movimento negro no país, que levou à escolha do dia 20 de novembro 2016 para ser analisado. Entretanto, os dados coletados não trouxeram indicação alguma nesse sentido. O que foi observado é que apenas a publicação 61 menciona a data, e somente como suporte para sua real intenção: tirar dúvida sobre o uso de determinado produto, conforme pode ser visto no destaque da imagem abaixo.

³⁸ “As histórias que aparecem no Feed de Notícias são influenciadas por suas conexões e atividades no Facebook. Isso ajuda você a ver mais histórias que sejam do seu interesse, compartilhadas pelos amigos com quem você mais interage. O número de comentários e curtidas recebidos por uma publicação e o seu tipo (foto, vídeo, atualização de status) também podem torná-la mais propensa a aparecer no seu Feed de Notícias”. Fonte: Central de Ajuda do Facebook, disponível em <https://www.facebook.com/help/327131014036297/>

Figura 9 - Publicação 61 da tabela



Fonte: grupo NLPI no Facebook³⁹

Além disso, também foi feita uma tabulação simplificada, que apenas listou todas as publicações, sem fazer a análise de conteúdo, das fotos publicadas no dia 23 de novembro de 2016. Nesse dia, publicou-se 193 fotos, enquanto que no dia 20 de novembro de 106 foram apenas 91 fotos. Uma das ideias que surgiram para justificar essa discrepância na geração de conteúdo por parte das participantes do grupo é a de que no Dia da Consciência Negra haveria compartilhamento de publicações sobre o tema oriundas de páginas externas, que não apareceriam no álbum de fotos devido à configuração do próprio Facebook. Possivelmente, a existência desse conteúdo e o engajamento das participantes com o tema da Consciência Negra fariam com que houvesse menos publicações tradicionais e de conteúdo próprio. Entretanto, ao pesquisar “consciência negra” na ferramenta de busca do grupo, encontrou-se apenas um compartilhamento sobre o tema no dia, invalidando a hipótese para explicar a

³⁹ Disponível em: <https://goo.gl/NLOJfb>. Acesso em maio de 2017.

menor quantidade de publicações. Não se sabe por que motivo houve mais publicações no dia 23 de novembro de 2016 do que no dia 20 de novembro de 2016.

A ausência de conteúdo sobre o Dia da Consciência Negra corrobora o que Nimocks (2014) apresenta quando diz que a dimensão política foi em grande parte perdida na comunidade digital de suporte ao movimento do cabelo natural, que está mais voltada a gerar conhecimentos sobre os cuidados saudáveis para o cabelo crespo e cacheado. Com a análise, percebeu-se que o foco do grupo é a interação e a troca sobre a própria técnica e o cuidado do cabelo.

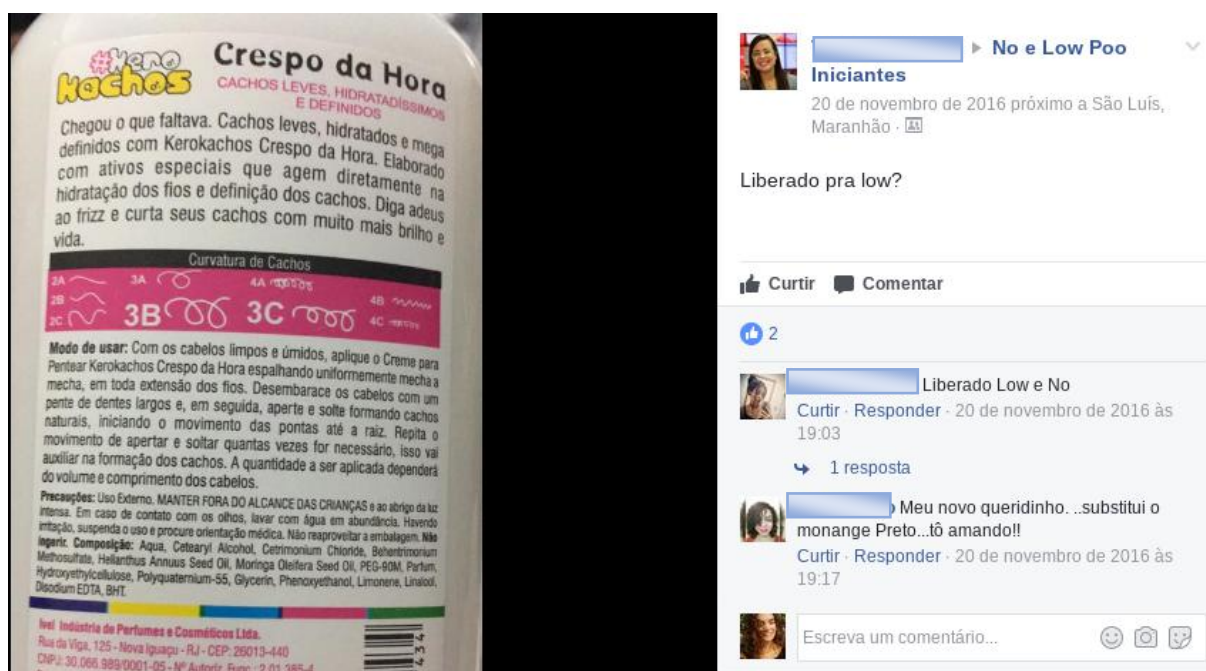
Após a análise sobre o conteúdo principal de cada publicação do dia 20 de novembro de 2016, definiu-se duas categorias de publicação: produto e narrativas de si. As publicações de produto são aquelas que enfocam a troca de informações sobre os produtos liberados para as técnicas *no e low poo*, sendo bastante objetivas e, em geral, mais breves. As publicações de narrativas de si são aquelas que envolvem uma foto de si, ou de familiares, e possuem caráter mais subjetivo, em que a pessoa que publica relata um pouco da sua trajetória e experiência com as técnicas, a vivência do cabelo crespo ou cacheado e aborda a importância do grupo NLPI, em um convite a um diálogo mais empático e íntimo.

Dadas essas definições, categorizou-se cada uma das publicações. Foram 58 publicações de produto, 32 publicações de narrativas de si e 1 publicação de conteúdo não relacionado à temática do grupo NLPI.

6.1 Produtos: é liberado pra *low*?

As publicações do tipo “produtos” correspondem a 63% das publicações no dia 20 de novembro de 2016. São publicações simples e diretas, como ilustrado na figura 11, em que alguém pergunta sobre um produto específico, colocando a lista de ingredientes para a avaliação das outras participantes. Em geral, são publicações com pouca interação, já que se trata de uma pergunta objetiva, que apenas necessita uma ou outra resposta e que geralmente são respondidas com sim ou não. O interessante desse tipo de publicação é a ajuda que as participantes prestam umas às outras, lendo o rótulo e informando sobre os ingredientes, bem como recomendando outros produtos. Destacam-se as publicações que buscam saber se determinado produto é liberado para as técnicas, sendo 26 desse tipo, como a que se pode ver abaixo.

Figura 10 - Publicação 64 da tabela



Fonte: grupo NLPI no Facebook⁴⁰

O foco nos produtos e a importância da troca de informações entre as participantes ficam ainda mais evidenciados ao analisar as respostas à publicação 01⁴¹, apresentada na seção anterior. Com base nos comentários, gerou-se uma nuvem de palavras que pode ser verificada na figura 12⁴². Percebe-se que as palavras produto, técnica e cabelo destacam-se bastante em relação às demais, e nenhuma das principais diz respeito a luta, resistência ou algum outro tipo de posicionamento político. Mais uma vez, fica clara a ausência do caráter político no movimento do cabelo natural, pontuando uma diferença muito significativa em relação ao movimento *black power* dos anos 60. As mulheres passaram a optar pelo cabelo natural motivadas apenas pelo cuidado com o cabelo e as questões de autoestima envolvidas, e não pela resistência política em si (JOHNSON; BANKHEAD, 2014).

⁴⁰ Disponível em: <<https://goo.gl/nLSIBc>>. Acesso em maio de 2017.

⁴¹ A publicação pode ser acessada no link: <<https://goo.gl/Om4RmG>>

⁴² A nuvem de palavras foi gerada a partir da contagem de palavras dos textos de todos os comentários na publicação, pelo site <<http://www.wordclouds.com/>>.

oportunidade de mercado e a criação de produtos “lacre, bafo e da tombação”⁴⁴, mas que não tratam adequadamente os fios.

A marca Salon Line, como dito anteriormente, se destaca nesse contexto, lançando várias séries de produtos liberados e focados no público adepto à técnica. O movimento dessa marca em apoiar o cabelo natural e a transição capilar foi bastante intenso, e nas pesquisas relacionadas ao tema *low poo* o termo “Salon Line” aparece em ascensão, com crescimento de 250% nos últimos 12 meses⁴⁵. Essa aproximação da marca foi sentida pelas participantes do grupo, resultando em uma publicação bastante significativa em de abril de 2017, que pode ser conferida abaixo. A publicação não está dentro do dia analisado, mas não poderia ficar de fora do trabalho, dada sua relação com a pesquisa e importância para o tema.

⁴⁴ Esses são termos frequentemente encontrados nos rótulos dos novos produtos, que se apropriaram de um vocabulário proveniente da internet, e bastante verificado no próprio grupo. São adjetivos que caracterizam positivamente, mas que foram utilizados ironicamente pela entrevistada.

⁴⁵ Dados obtidos por meio do Google Trends, referentes ao termo de pesquisa “low poo” com os filtros: Brasil; nos últimos 12 meses; pesquisa na web. Disponível em <<https://trends.google.com.br/trends/explore>>. Acesso em maio de 2017.

Figura 12 - Publicação sobre a Salon Line



Fonte: grupo NLPI no Facebook ⁴⁶

A marca convidou diversas blogueiras influentes no cenário de cuidados com o cabelo para serem “embaixadoras Salon Line”, ou seja, representantes e defensoras da marca, promovendo os produtos por meio dos perfis delas nas mídias sociais. A lista completa das embaixadoras não está disponível, mas ao buscar pela #TimeSalonLine2017 foi possível encontrar algumas publicações delas reunidas, como na figura abaixo, mostrando que são várias, na foto é possível contar 21 embaixadoras.

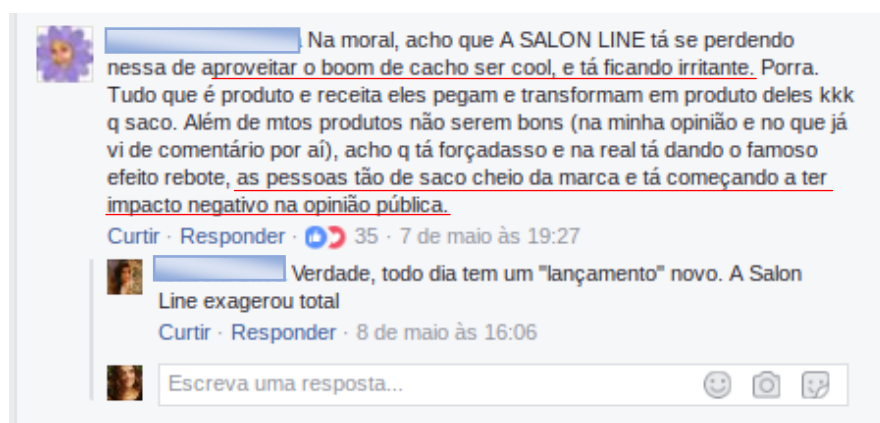
⁴⁶ Disponível em: <<https://goo.gl/bjVFXG>>. Acesso em maio de 2017.

Figura 13 - Foto do #timesalonline2017 -



A reação das participantes do grupo a essa atitude da marca, entretanto, não é muito positiva. Na publicação foram 1.2000 reações e mais de 300 comentários indicando a insatisfação. O sentimento geral é de que a marca está se “aproveitando” da valorização dos cabelos crespos e cacheados, assim como da crescente demanda por produtos liberados, como é possível perceber na figura 15.

Figura 14 - Comentário 1 na publicação sobre a Salon Line

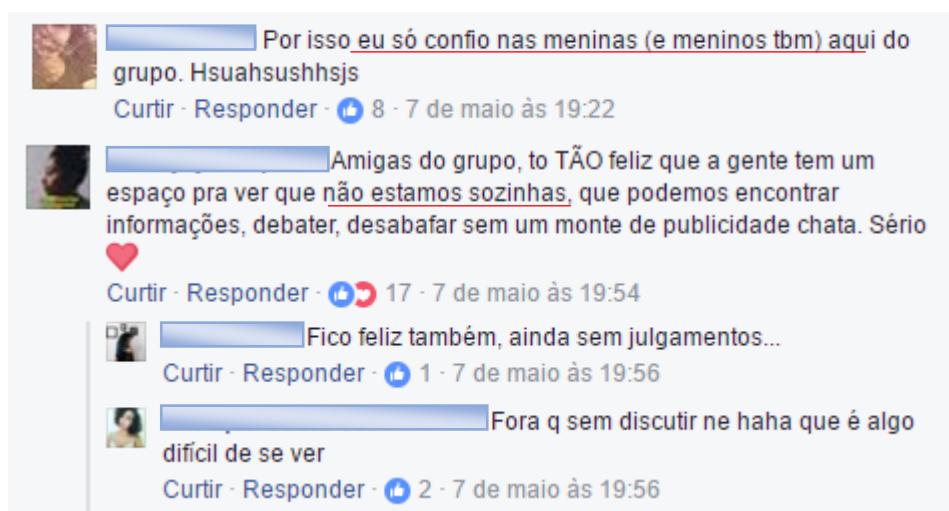


Fonte: grupo NLPI no Facebook⁴⁷

O presente trabalho não tem como objetivo estudar as empresas de cosméticos capilares ou seus métodos de divulgação e promoção, mas não era possível não mencionar e pontuar a insatisfação das participantes com a marca, visto a relevância da publicação e as reações obtidas. Tendo em vista as novas possibilidades de interação entre os consumidores abordada por Coutinho e as conversas e discussões sobre as marcas em fóruns como o grupo, para futuros pesquisadores sugere-se um posterior estudo sobre o tema.

Outro ponto que se destaca na publicação são os muitos comentários sobre a falta de credibilidade e confiança que essa onda de embaixadoras gerou. Por serem embaixadoras da marca, as blogueiras passaram a falar somente sobre os produtos Salon Line, e sempre com avaliações positivas. Os comentários reforçam a importância do grupo para a formação da opinião das participantes, que conseguem confiar nas opiniões lá expressadas, como pode ser visto a seguir:

Figura 15 - Comentário 2 na publicação sobre a Salon Line



Fonte: grupo NLPI no Facebook⁴⁸

Mais uma vez, ratifica-se a relação de confiança na troca de informações e experiências que existe dentro do grupo NLPI como um dos principais motivadores para a participação, bem como o valor dele para as participantes, quem compreendem que “não estamos sozinhas” e possuem esse espaço para exporem seus pontos de vista “sem julgamentos” e “sem discutir”, como dito nos comentários acima. Essa relação de confiança nas “meninas (e meninos) [...] do grupo” se verifica fortemente nas narrativas de si, a segunda

⁴⁷ Disponível em: <<https://goo.gl/bjVFXG>>. Acesso em maio de 2017.

⁴⁸ Disponível em: <<https://goo.gl/bjVFXG>>. Acesso em maio de 2017.

categoria de classificação das publicações definida para o dia 20 de novembro de 2016.

6.2 Narrativas de si: fotos como inspiração

O grupo pode ser considerado um “espelho interativo” (BELLO, 2007, p. 3) na medida em que permite à participante observar o outro e identificar-se, em um processo contínuo e dinâmico. A dimensão fotográfica se mostra muito relevante nesse sentido, uma vez que permite a exposição do eu ao olhar do outro, em um duplo de identificação e reconhecimento. Não à toa escolheu-se a análise das fotos publicadas como caminho para compreender o funcionamento do grupo NLPI e suas reverberações junto às participantes.

A importância da fotografia foi, inclusive, percebida no grupo pelas próprias participantes. Nota-se a existência de publicações com a legenda “foto para chamar atenção”, que indicam a noção de que as próprias participantes têm da importância da fotografia na rede social em questão. No dia estudado houve apenas uma publicação com a legenda, mas a vivência empírica no grupo ao longo de três anos percebe essa prática com bastante frequência, como pode ser visto na imagem abaixo.

Figura 16 – Publicação 78 da tabela



Fonte: grupo NLPI no Facebook ⁴⁹

Além disso, as fotos de si são bastante frequentes no grupo, totalizando 24 das 91 publicações no dia analisado. Costumam acompanhar um depoimento sobre aceitação, um relato sobre a participação no grupo NLPI ou alguma dica de tratamento cujos resultados foram positivos, bem como estão retratados na foto.


Das dez publicações mais curtidas do dia analisado, quatro são fotos de si mesma e duas são fotos de familiares (filha e irmão). São, em resumo, narrativas do eu e das experiências vividas, em uma contemporaneidade onde “o relato na primeira pessoa do singular é o momento em que a vida existe” (SIBILIA, 2008, p. 33).

Dentro desse “espelho interativo”, vale retomar a questão da identidade. Sibilialia (2008) indica que a construção do sujeito está se alterando de modo que o “se mostrar” e o “aparecer” se estabelecem como etapas de se descobrir e se definir. Segundo a autora, hoje, o ser é aparecer. A percepção alheia de si é mais valorizada que a auto percepção, deixando a introspecção em segundo plano. A relação existente entre a exposição e a validação do eu por meio da interação no grupo destaca essa construção de narrativa junto ao outro.

Verificada na figura 18, uma publicação se destacou no dia 20, por conter um relato bastante pessoal e detalhado. Foi a publicação com maior engajamento no dia, 377 reações (336 curtir, 35 amei e 6 uau) e 20 comentários.

⁴⁹ Disponível em: < <https://goo.gl/zbyuDo>>. Acesso em maio de 2017.

Figura 17 – Texto da publicação de relato pessoal

 **No e Low Poo Iniciantes**
20 de novembro de 2016 · 🌐

Meus 5 anos de transição e minha gratidão a esse grupo 😊💜

Em 2011 (foto 1) fiz realinhamento de fios com a promessa que em 4 meses ele voltaria com os cachos (caí nessa 🤡🤡). Foi minha única química, porém segui a transição usando secador e chapinha direto, sem descanso.

No início de 2015 (foto 2) decidi entrar em transição da chapinha pq meu fio de química tinha acabado e os cachos ainda não tinham nem dado o ar da graça. Era meu último período da faculdade, isso me deu muita força, rs. Como quase não tinha aula eu não precisava mais usar a chapinha constantemente, a trança embutida era minha aliada nessa fase.

No final de 2015 (foto 3) o cabelo já não tava tão liso quanto nos meus primeiros dias sem chapinha, ficava meio bagunça do mas eu não tava nem aí 😂😂

Essa 4ª foto é de julho desse ano, deixei crescer pro meu casamento, pq antes crescia e cortava 😂. Olhando assim nem dá pra acreditar que meu cabelo mudou tanto nesses últimos meses 😂😂.

Essas últimas 4 fotos são bem recentes, de agosto a novembro. Antes do BC demorava um tempão pra finalizar, amassava muuuuito os cachos e na hora que secava ficava esse pontão liso 😂😂🤡 (foto 6). Assim que vi nitidamente essas pontas destacadas na foto, esperei a próxima lua crescente (10/11) e cortei 🙏🙏.

(Foto 7,8) Parece que num passe de mágica, aquela bendita finalização de fitagem que nunca dava certo em mim agora funciona 😂😂😂 eu que mal mal tinha ondas, agora tenho cachos 🥳🥳 e esses são do meu day after 🙄

♥ Não abusem da chapinha.
♥ Não insistam com as pontas lisas, elas pesam os cachos e te fazem achar que eles não estão formando.

Fonte: grupo NLPI no Facebook ⁵⁰

Figura 18 – Fotos da publicação de relato pessoal



Fonte: grupo NLPI no Facebook ⁵¹

A colagem de fotos foi feita pela própria participante, para ilustrar a publicação. Nos

⁵⁰ Disponível em: < <https://goo.gl/yRkO3s> >. Acesso em maio de 2017.

⁵¹ Disponível em: < <https://goo.gl/yRkO3s> >. Acesso em maio de 2017.

comentários, seis mulheres comentaram sobre a beleza dela e elogiaram os cachos. A observação atenta ao grupo NLPI nos últimos três anos indica que essa é a dinâmica padrão: foto de si mesma seguida por reações positivas (curtir, amei e uau) e comentários reforçando a beleza da pessoa em questão e tirando dúvidas sobre como alcançar os mesmos resultados.

Nessa busca pelos efeitos positivos obtidos com a técnica, e as fotos de si são espaços para expor os resultados de dedicação e o cuidado atento com o cabelo. Constituem um momento de valorização e superação, em que, muitas vezes, a mulher em questão expõe sua trajetória, suas mudanças internas e externas, seu processo de aceitação e conhecimento do próprio corpo.

Na publicação acima, a participante chega a construir claramente um caminho de superação, ilustrado nas fotos de “antes e depois” e no texto em que narra sua trajetória. Não se pode deixar de mencionar a “pedagogização midiática [que] alenta o indivíduo para o governo de si, ensinando-o a ser responsável, autônomo e capaz de se cuidar” (CALAZANS, 2013, p. 200), intrínseca a esse tipo de publicação. Ela apresenta sua caminhada de aceitação em alguns momentos marcantes, dando um passo a passo do seu processo pessoal de transição capilar para chegar ao resultado final. A publicação ensina, portanto, que a jornada é possível, e que outras mulheres podem percorrê-la também, sempre visando a obtenção do “aperfeiçoamento do cabelo” a partir do seu caráter natural.

Para reforçar esse traço de pedagogização midiática, apresenta-se outra publicação, do dia 23 de novembro de 2016, que pode ser vista na figura abaixo. A publicação obteve, até a data da presente pesquisa, 7 mil reações, sendo 5 mil curtidas, 1,6 mil amei, 417 uau e 10 haha, além de 400 comentários.

Figura 19 – Publicação “cabelos coloridos”



Fonte: grupo NLPI no Facebook ⁵²

Nessa publicação destacam-se três coisas, a serem abordadas com mais detalhes: a ampla quantidade de reações e comentários; os comentários que elogiam e enaltecem a beleza da mulher em questão; e a pedagogização existente para obter os resultados e o uso que a participante fez disso.

Claramente, em termos de alcance foi uma publicação que se destacou em relação às demais, visto que a quantidade de reações e comentários foi muito maior que a média. Essa foi a publicação mais relevante do dia 23 de novembro de 2016, sendo que a segunda publicação com maior número de reações obteve apenas 334 curtidas, um número similar à publicação mais relevante do dia 20 de novembro de 2016, que contou com 377 reações. Acredita-se que essa discrepância entre uma e outra se dê por dois motivos principais: as

⁵² Disponível em

<<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=649148658596757&set=gm.1176410389062501&type=3&theater>>

cores do cabelo que acabam captando o olhar de quem vê, e se destacando de outros conteúdos presentes na rede social; e também por se tratar de um resultado de difícil obtenção, mas logrado por ela, o que coloca a participante como alguém que atingiu resultados incríveis e desejados pelas outras mulheres do grupo. Isso porque descolorir o cabelo sem danificar sua textura é um processo complicado, pois a descoloração é bastante agressiva com os fios. No caso, para obter a tonalidade verificada na fotografia, a participante teve que descolorir o cabelo e então pintá-lo. Pelo que se pode ver pela foto, ela conseguiu passar pelo processo de mudança de cor sem perder os cachos.

A admiração pelo cabelo em questão é tanta que a maioria dos 400 comentários na publicação elogiava o cabelo da participante. Foram 254 comentários cuja finalidade era apenas exaltar sua beleza. Linda, maravilhosa, lindo e maravilhoso foram as palavras mais marcantes nos comentários, se referindo à mulher e ao seu cabelo, como podemos ver no quadro abaixo:

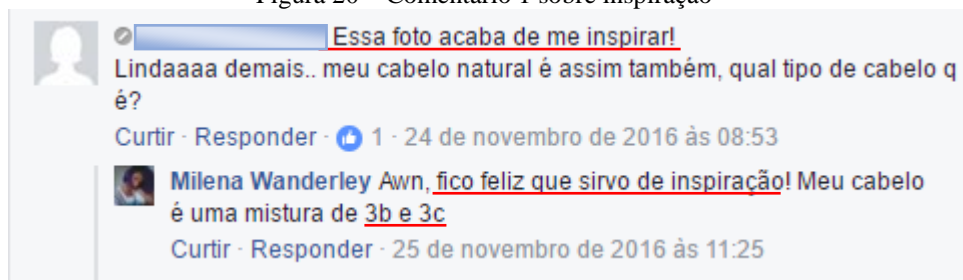
Quadro 1 – Contagem de palavras nos comentários da publicação “cabelos coloridos”

Palavra	Ocorrências
Linda	52
Lindo	25
Maravilhosa	15
Maravilhoso	14

Ao colocar como legenda “3 meses de Low poo, descolori meu cabelo e meu cabelo tá intacto” (sic), Milena⁵³ claramente associa os resultados obtidos à execução da técnica *low poo*. Isso a conecta com o grupo NLPI e indica às outras participantes que é possível empreender esse caminho. O cabelo colorido, definido e hidratado confere a ela um local de fala de quem passou pela experiência e pode efetivamente falar sobre ela, fazendo com que as outras vejam na pessoa que publicou uma referência e uma inspiração. São diversos momentos de fama, em que as mulheres podem se tornar gurus umas das outras, indicando caminhos a serem seguidos para obter resultados otimizados.

É claro o caráter inspiracional existente na publicação em questão, bem como na anterior, que pode ser verificado nos comentários que buscam compreender as etapas para chegar ao mesmo efeito. Dois comentários, que podem ser vistos abaixo, mencionaram especificamente terem sido inspiradas pela publicação.

⁵³ Ao contrário do que foi feito em todas as outras publicações expostas no trabalho, optou-se por não ocultar o nome da participante nessa publicação para facilitar a compreensão das interações dela com as outras participantes. Além disso, a própria Milena acaba por criar um perfil público, com seu nome e imagem, como será apresentado adiante, fazendo de si mesma uma personalidade pública.

Figura 20 – Comentário 1 sobre inspiração⁵⁴

Fonte: grupo NLPI no Facebook⁵⁵

Figura 21 – Comentário 2 sobre inspiração



Fonte: grupo NLPI no Facebook⁵⁶

Neles, as participantes elogiam, se dizem inspiradas e perguntam sobre o cabelo e o corte. Milena agradece, como fez com todos os comentários elogiosos, dizendo ser grata por servir de inspiração. O modelo de trocas e interações se fortalece, uma vez que as

⁵⁴ No comentário, a participante menciona que seu cabelo “é uma mistura de 3b e 3c”. Isso é uma referência à classificação de tipos de cabelo que se utiliza para saber qual produto é o mais adequado. Algumas marcas, como a Salon Line, chegam a utilizá-la em rótulos, para sinalizar para qual tipo de cabelo é cada produto. A classificação vai de 1A, que é o cabelo mais liso, a 4C, que é o cabelo mais crespo. São doze categorias no total. Mais informações podem ser encontradas no livro “O método da garota cacheada”, de Lorraine Massey.

⁵⁵ Disponível em: <<https://goo.gl/SCkKY3>>. Acesso em maio de 2017.

⁵⁶ Disponível em: <<https://goo.gl/SCkKY3>>. Acesso em maio de 2017.

participantes se sentem inspiradas e ela se sente agradecida pelos comentários de incentivo. Mais ainda, sempre que perguntam como Milena direciona as participantes para sua página no Facebook, “A onda cacheada”, como pode ser visto na figura acima.

Chamo a atenção para esse último fato, e sua relação com a pedagogização existente no grupo. Milena, sabendo que perguntariam sobre seu cabelo e sobre fazer para atingir resultados semelhantes, divulga a página no Facebook, em que se propõe a contar como fez para conseguir pintar o cabelo sem danificá-lo e a falar sobre o cabelo cacheado em geral. Ela se propõe, portanto, a explicar detalhadamente seu “passo a passo”, supostamente com a finalidade de ajudar as outras mulheres que também queiram tingir o cabelo.

O mais interessante é que, ao entrar na página “A onda cacheada”, verifica-se que a página foi criada no dia seguinte à publicação da foto no grupo NLPI, como que em um aproveitamento de oportunidade. A página possui 248 curtidas, provavelmente provenientes da publicação no grupo NLPI, e apenas 2 publicações, uma no dia 25 de novembro de 2016 e a outra no dia 29 de novembro de 2016. A blogueira, conforme definido por ela mesma na página, afirma que “essa page foi criada com o objetivo de divulgar dicas de cuidados com cabelos cacheados e/ou coloridos”⁵⁷.

Portanto, se reforça a existência dessa dinâmica de pedagogização midiática, numa proposta um pouco diferente da verificada nas mídias tradicionais visto que no grupo NLPI as próprias participantes que publicam experiências de aplicação eficaz da técnica acabam se tornando “gurus” das outras participantes. Essa relação de tutoria fica ainda mais clara quando se observam as regras do grupo, que indica que a iniciante “entre e peça uma madrinha ou padrinho” para auxiliá-la na compreensão das técnicas e tirar eventuais dúvidas. Aquelas que já empreenderam essa jornada podem, então, compartilhar com as outras seus resultados e conhecimentos.

Em relação à valorização dos resultados finais e da exposição deles para o outro, Alain Ehrenberg (2010, p. 51) diz que “a identidade depende de uma conquista semelhante a um recorde”. Assim, pode-se compreender a iniciativa da participante Milena de criar uma página própria seria como alcançar um objetivo ainda maior, uma nova conquista. Uma vez alcançada, sua função já foi cumprida, e então já não precisa dedicar seu tempo a ela.

Dentro do contexto contemporâneo de valorização da performance e da atividade empreendedora, é possível traçar um paralelo com a situação vivida no grupo NLPI. Cada indivíduo ali presente empreende uma trajetória de aceitar e assumir o cabelo, aprender sobre

⁵⁷ A publicação de apresentação da página pode ser encontrada em < <https://www.facebook.com/thecurlywave/videos/387984874866211/>>

a técnica *no e low poo*, buscar ajuda com as outras participantes, apoiar e motivar as demais e, no momento de ápice da obtenção de resultados, expor a própria performance. É quando a atitude é louvada pelas outras participantes ali presentes e a mulher em questão pode assumir o papel de guia daquelas que buscam ser como ela. Essa jornada se vê repetida milhares de vezes dentro do grupo NLPI. Por algumas horas (ou até mesmo poucos dias, como no caso da publicação de Milena), é possível receber as palmas pelo esforço e pela dedicação depositados no cuidado com o cabelo.

No grupo NLPI, essa experiência de viver os “quinze minutos de fama” acaba sendo muito plausível, pois o grupo não possui pessoas centrais, que detenham os laços existentes. Pelo contrário, trata-se de pessoas comuns, com pesos iguais na rede, fora é claro as moderadoras. Nas próprias regras do grupo as moderadoras reforçam esse caráter do grupo NLPI quando dizem que “ninguém tem *status* maior ou menor, nosso grupo é formado por pessoas”. Assim, a exposição do eu e a consequente obtenção desse momento de destaque pessoal se torna uma prática totalmente real e frequentemente realizada. Cria-se, então, um grupo em que todas são, potencialmente, tanto guias quanto guiadas, a depender do momento. Possivelmente, essa relação de igual para igual incentiva as mulheres a publicarem suas próprias fotos e seus relatos, seguras de que estão em um ambiente confortável para se expor.

6.3 Síntese de perfis femininos no grupo NLPI

Tendo em vista as análises realizadas, a observação do grupo NLPI e a entrevista com a moderadora, alguns padrões de interação se destacaram, por se mostrarem constantemente repetidos nas publicações e nos comentários no grupo. Entendendo que o mapeamento de tais comportamentos pode auxiliar a compreensão do grupo e das interações entre as participantes, buscou-se, sintetizá-los em três categorias de perfis de mulheres principais, são elas:

- a) Aquelas que entram e pedem ajuda: se trata do primeiro contato com o grupo NLPI, que muitas vezes é também o primeiro contato com as técnicas *no e low poo*. São mulheres que chegam até o grupo por indicação de alguma conhecida, ou que ouviram sobre as técnicas em algum outro canal e procuraram mais informações. São perfis que publicam pedindo ajuda, buscando avaliações sobre produtos e informações sobre as técnicas;
- b) Aquelas que “chegaram lá”: são mulheres que, seguindo as técnicas, atingiram resultados concretos de transição capilar, definição e hidratação, além de resultados subjetivos de aceitação, superação e amor próprio. São perfis que expõem suas

histórias nas narrativas de si, apresentando para o grupo performances de sucesso e possíveis modelos a serem seguidos; e

- c) Aquelas que amadureceram com a técnica: são mulheres cujas preocupações vão além da estética do cabelo, buscando uma liberdade nessa relação. Já estudaram e aprenderam sobre como cuidar do próprio cabelo e ajudam as outras a partir das próprias experiência, respondendo as publicações com dicas e conselhos sobre os produtos e as técnicas.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quem disse que cabelo não sente

Quem disse que cabelo

Não gosta de pente

Cabelo quando cresce é tempo

Cabelo embaraçado é vento

Cabelo vem lá de dentro

Cabelo é como pensamento

Gal Costa

O presente trabalho se propôs a estudar o grupo NLPI no Facebook, direcionando o olhar às dinâmicas de interação entre as participantes e às possíveis reconfigurações dos modos de ser e estar das mulheres em tal grupo. Para tanto, buscou-se entender como se configura a construção de identidades, a importância do cabelo para as mulheres nesse processo, e de que forma o grupo NLPI contribui para criar mudanças na maneira como as participantes se identificam e se relacionam com suas identidades ao adotarem as técnicas *no e low poo*.

O potencial discursivo do cabelo se mostrou fortemente relevante para a pesquisa, posto que é justamente o que faz dele tão importante como instrumento de afirmação de uma identidade perante a alteridade. Os significados atribuídos aos diferentes tipos de cabelo, acumulados historicamente, fazem dele um canal para que as mulheres possam expressar mensagens e falarem sobre si mesmas.

No decorrer da pesquisa, percebeu-se que, apesar da carga simbólica que os cabelos cacheado e crespo possuem, conectando-os a uma história carregada de preconceitos raciais, o movimento do cabelo natural no grupo NLPI não está fortemente relacionado a uma luta racial ou social. Trata-se de uma busca por cuidados menos agressivos, mais saudáveis e naturais, tendo como objetivo final o próprio cuidado de si, diferentemente do movimento *black power* nos anos 60. Entretanto, ainda que não possua um objetivo político de cunho racial, entende-se que possa sim haver uma abordagem política no que se refere a questões de política do consumidor, criando um espaço de reflexão sobre o consumo de determinados produtos e ingredientes da fórmula, bem como uma dimensão de consumo crítico e atento às marcas e seus discursos. Pode-se compreender também que em uma perspectiva feminista, o grupo pode sim ser considerado um espaço de engajamento político. Para uma análise mais profunda sobre esses aspectos, seria recomendado voltar ao grupo e às participantes com esse

olhar, reformulando o *corpus* da pesquisa e a abordagem feita nas perguntas à entrevistada e ao grupo.

A escolha do dia a ser analisado havia sido, obviamente, uma decisão anterior a esse achado da pesquisa. A suposição de que a importância do cabelo crespo e cacheado para a identidade da mulher, em especial a negra, conectaria o grupo com a relevância política do Dia da Consciência Negra foi o que guiou essa decisão. Entretanto, como se verificou no trabalho, essa suposição foi refutada, pois não se encontrou publicações sobre o tema no dia analisado. Assim, é possível que um outro método de amostragem, como o método aleatório, pudesse trazer outras reflexões. Para futuros trabalhos, sugere-se levar essa informação em consideração.

Em relação às limitações da pesquisa, compreende-se que o período analisado possa ser insuficiente em termos de análise quantitativa. Sabendo disso, optou-se por empreender uma análise de sentido existente nas diversas publicações, junto à entrevista com a moderadora, visando compreender os discursos existentes no grupo NLPI. Acredita-se que a realização de uma pesquisa mais extensa, com suporte de *softwares* de monitoramento de dados, poderia trazer à tona novas reflexões e percepções.

Apesar de tais limitações e considerações sobre a pesquisa, o trabalho resultou em alguns achados de pesquisa interessantes. Um deles foi a relevância da comunidade que se forma no grupo NLPI para as integrantes, que se apoiam nela para iniciar e seguir as rotinas de cuidado com o cabelo. Na compreensão do funcionamento do grupo NLPI, a pesquisa evidenciou a importância das interações e das trocas entre as participantes para a construção do capital social existente dentro dele. Os laços sociais estabelecidos no grupo NLPI acabam não sendo muito fortes, visto que as participantes interagem pontualmente nas publicações. Entretanto, são laços muito diversificados e pulverizados, o que fortalece a densidade da rede. O grupo não confere a uma ou outra um *status* diferenciado e as próprias participantes afirmam que estão ali para tirar as próprias dúvidas e ajudar quem está começando, em uma relação bastante horizontal e recíproca.

O grupo se estabelece, na qualidade de gerador de uma comunidade virtual, como um espaço para que a comunidade possa se fortalecer. O tema abordado pelo grupo NLPI cresceu e ganhou força no país por meio das redes sociais *online*, e ainda que já tenha começado a aparecer nas revistas, nos salões de beleza e nas prateleiras das lojas, é no mundo virtual que se mantém essa relação comunitária, pelas possibilidades de interação que superam os limites físicos existentes no mundo *off-line*. A facilidade de conversar e trocar informações com as outras participantes, sabendo que pode contar com o grupo quando precisar, são

características do grupo NLPI que acabam mantendo as mulheres dentro dele, ativas e engajadas umas com as outras. Cria-se, portanto, um capital social baseado em trocas genuínas.

A pesquisa inicial sobre a relação da mulher com seu cabelo se mostrou fundamental para a percepção da importância do grupo para as participantes, em especial as que decidem percorrer o caminho da transição capilar. Verificou-se que o apoio existente no grupo para o processo de transição e o reforço coletivo de que o cabelo crespo ou cacheado é belo são essenciais para o surgimento de novas percepções sobre o cabelo e sobre si mesmas, produzindo novas possibilidades de identificação e sua adoção de identidades pelas participantes.

Por isso, a exposição do sujeito por meio de fotografias e de relatos de trajetórias de sucesso se revela bastante importante para as participantes. Por um lado, isso confere a elas a possibilidade de se inspirarem e se identificarem e, por outro, indica a existência de uma comunidade virtual em que confiam para se expor e falar de si mesmas, processo tão importante para a construção e validação das subjetividades contemporâneas. Por mais que não se conheçam, as participantes se consideram amigas e em diversas publicações se dizem gratas ao grupo e às mulheres ali presentes, como foi observado na análise. Os sentimentos de pertencimento e solidariedade se revelaram presentes entre as participantes, que sentem que “não estamos sozinhas”, como dito por uma delas em um comentário.

Assim, muitos são os relatos em que as mulheres contam que passaram a amar seus cabelos e a se respeitarem como são. Existe um incentivo à ressignificação do cabelo cacheado e crespo e a possibilidade de ver novas visões e apropriações desse cabelo, conferindo a essas mulheres outras maneiras de se relacionar consigo mesmas. Verificou-se, de fato, a existência de um “espelho interativo”, que permite às participantes se observarem, enxergarem o outro e se identificarem ou se diferenciarem, em um processo contínuo de construção de identidades e revisão de crenças sobre si mesmas e seus cabelos.

Outro destaque da pesquisa foi a dinâmica de pedagogização existente no grupo. O conceito de pedagogização midiática explorado na análise acaba sendo ressignificado no modelo do grupo NLPI em relação ao que se verifica nas mídias tradicionais. Ainda que em ambos sejam pautadas a exposição da subjetividade e o incentivo ao governo de si, na mídia tradicional essa pedagogização se verifica na palavra de um especialista, que ensina maneiras de melhorar a si mesmo a partir de um ponto de vista profissional. Já no grupo NLPI qualquer uma pode assumir esse local de fala, basta estar respaldada por uma foto de cabelos

hidratados e definidos, preferencialmente um antes e depois com diferenças gritantes, indicando seu sucesso e conhecimento sobre o tema.

Assim, qualquer participante do grupo pode ser uma referência e uma inspiração, guiando as outras rumo à obtenção de resultados similares. Na contemporaneidade, em que o ser se constrói com base na exposição ao outro e na percepção do outro sobre si mesmo, o grupo NLPI cria um palco onde todos podem aparecer e brilhar.

Como apontado na análise, as publicações sobre produtos se destacaram, evidenciando o interesse das consumidoras em saber a opinião das outras participantes sobre determinados produtos, bem como a solicitude dessas mulheres em responder e tirar dúvidas de quem está começando.

Ainda que a proposta do trabalho não tenha sido focar nas reverberações do grupo NLPI e das técnicas *no* e *low poo* no mercado de cosméticos para cabelo, o tema acabou permeando o trabalho, dada a sua relevância e presença no grupo NLPI. A futuros pesquisadores, sugere-se um aprofundamento nesse aspecto. A observação participante permitiu verificar diversas vezes no grupo um potencial recorte nesse sentido. Compreende-se que tal direcionamento de pesquisa possa gerar bons frutos para compreender de que forma as marcas podem agir nesse novo momento de conexão intensa entre os consumidores, além de uma conscientização do consumo, que acaba por gerar uma cobrança ainda maior das marcas.

8. REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, E. M. N.; MENESES, J. R. Histórias do corpo e do feminino no Brasil do tempo presente. In: Simpósio Nacional de História. 2011, São Paulo. **Anais eletrônicos**. São Paulo: ANPUH, 2011. Disponível em: <http://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/14/1300676386_ARQUIVO_corpoeofeminino.pdf>. Acesso em janeiro de 2017.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1979. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/alasiasantos/analise-de-conteudo-laurence-bardin>> Acesso em: 09 de novembro de 2016.
- BAUER, Martin W. e GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. 13ª Edição. Petrópolis, Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2015.
- BELLO, Cíntia Dal. **Espectros virtuais: a construção de corpos-sígnicos em comunidades virtuais de relacionamento**. COMPÓS, 2007. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/208/209>>. Acesso em: abril 2017.
- BIONDO, Sonia (Org.). **600 dicas do GNT para você ficar superbonita**. São Paulo: Globo, 2007.
- BOURDIEU, P. **A dominação masculina**. Lisboa: Diferentes, 2011.
- BYRD, A. D.; THARPS, L. L. **Hair Story: Untangling the Roots of Black Hair in America**. New York, St.Martin's Griffin Press, 2001
- CALAZANS, Fabíola. **Seja ótima, seja feliz: discurso, representação e subjetividade feminina no canal GNT**. Brasília: UnB, 2013. Tese de doutorado, Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação, 2013. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/14299/1/2013_FabiolaOrlandoCalazansMachado.pdf>. Acesso em: 20 de maio de 2017.
- COSTA, Jurandir Freire. **O vestígio e a aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo**. Rio de Janeiro: Garamond, 2005.
- COUTINHO, M. Marketing e comunidades: do discurso ao diálogo. **Revista da ESPM**. São Paulo, vol. 14, p. 28-39, março/abril 2007
- EHRENBERG, A. **O culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa**. Aparecida – SP: Idéias & Letras, 2010.
- ERIKSON, Erik. **Identidade, juventude e crise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1972.
- FIGUEIREDO, Ângela. **“Cabelo, cabeleira, cabeluda e descabelada”: Identidade, Consumo e Manipulação da Aparência entre os Negros Brasileiros**. Disponível em:

<<https://anpocs.com/index.php/encontros/papers/26-encontro-anual-da-anpocs/gt-23/gt17-14/4475-afigueiredo-cabelo/file>>. Acesso em abril de 2017.

FRY, Peter. Estética e política: relações entre “raça”, publicidade e produção da beleza no Brasil. In: GOLDENBERG, Miriam. **Nu & vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1995.

GOMES, Nilma. **Corpo e cabelo como símbolos da identidade negra**. Belo Horizonte, 2002. Artigo disponível em:

<<http://www.acaoeducativa.org.br/fdh/wp-content/uploads/2012/10/Corpo-e-cabelo-como-s%C3%ADmbolos-da-identidade-negra.pdf>>. Acesso em: 26 de agosto de 2015.

HALL, Stuart. **Identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

JOINSON, Adam N. “Looking at”, “looking up” or “keeping up with” people?: motives and uses of Facebook, 2008. Disponível em: <http://digitalintelligencetoday.com/downloads/Joinson_Facebook.pdf>. Acesso em: maio de 2017.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em comunicação**. 8ª edição. São Paulo: Ed. Loyola, 2005

MASSEY, Lorraine. **O Método da Garota Cacheada: o método Curly Girl**. Rio de Janeiro: Best Seller, 2015.

MELERO, Beatriz. Pela 1ª vez, pesquisas ligadas a cachos superam fios lisos na web. **Claudia**. São Paulo, 5 de maio de 2017. Disponível em: <<http://claudia.abril.com.br/noticias/pela-1a-vez-pesquisas-ligadas-a-cachos-superam-fios-lisos-na-web/>> Acesso em: maio 2017

MENDES, José Manuel Oliveira. O desafio das identidades. In: SANTOS, Boaventura de Sousa (Org.) **A globalização e as ciências sociais**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2002. p. 503-539.

MOREIRA, T.; RIOS, R. A Construção da Celebridade Midiática no contexto dos Digital Influencers. In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, INTERCOM, São Paulo, 3 a 9 de setembro de 2016. **Anais....** Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2488-1.pdf>>. Acesso em: abril de 2017

NASCIMENTO, Paulo. Os dilemas do nacionalismo. In **BIB**, São Paulo, nº 56, 2003, p. 33-53.

NIMOCKS, Joyce. The natural hair movement as a platform for environmental education. Pomona College, 2015. Disponível em:

<http://scholarship.claremont.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1130&context=pomona_theses>. Acesso em novembro de 2016.

ROSA, G. A. M.; SANTOS, B. R. Facebook e as nossas identidades virtuais. Brasília: Tesaurus, 2013.

RECUERO, Raquel. **Comunidades Virtuais em Redes Sociais na Internet: Uma proposta de estudo**. Ecompos, Internet, v. 4, n. Dez 2005.

_____. **Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais do Facebook**. Revista Verso e Reverso, vol. XXVIII, n. 68, São Leopoldo: Unisinos, maio-agosto 2014

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

WEITZ, Rose. **Rapunzel's Daughters: What Women's Hair Tells Us About Women's Lives**. New York: Farrar, Straus and Giroux, 2004.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000. p. 7-72.

ANEXO A

Configurações de privacidade de grupos no Facebook

Fonte: <https://www.facebook.com/help/220336891328465>

	Público	Fechado	Secreto
Quem pode entrar?	Qualquer um pode participar ou ser adicionado ou convidado por um membro	Qualquer um pode pedir para participar ou ser adicionado ou convidado por um membro	Qualquer um, mas a pessoa deve ser adicionada ou convidada por um membro
Quem pode ver o nome do grupo?	Qualquer pessoa	Qualquer pessoa	Membros atuais e ex-membros
Quem pode ver quem está no grupo?	Qualquer pessoa	Qualquer pessoa	Somente os membros atuais
Quem pode ver a descrição do grupo?	Qualquer pessoa	Qualquer pessoa	Membros atuais e ex-membros
Quem pode ver as marcações do grupo?	Qualquer pessoa	Qualquer pessoa	Membros atuais e ex-membros
Quem pode ver o que os membros publicam no grupo?	Qualquer pessoa	Somente os membros atuais	Somente os membros atuais
Quem pode encontrar o grupo na pesquisa?	Qualquer pessoa	Qualquer pessoa	Membros atuais e ex-membros
Quem pode ver histórias sobre o grupo no Facebook (por exemplo, Feed de Notícias e busca)?	Qualquer pessoa	Somente os membros atuais	Somente os membros atuais

ANEXO B

Regras do grupo “No e Low Poo Iniciantes” no Facebook

As regras estão apresentadas tal como se encontram no grupo NLPI, sem correções de qualquer natureza.

O que é Low e No Poo?

Low Poo / Shampoo Suave: é uma técnica de cuidados capilares, onde são usados shampoos sem sulfato e produtos sem substâncias nocivas à saúde capilar (petrolatos, parafinas e afins).

No Poo / Sem Shampoo: é uma técnica de cuidados capilares, onde é excluído o uso de shampoos e substâncias nocivas e que se acumulam nos fios devido a restrição de alguns agentes limpantes (parafina, petrolatos e silicones insolúveis)

O resumo acima não exclui o estudo das técnicas.

Dicionário para Iniciantes -> <https://www.facebook.com/notes/no-e...>

Regras do Grupo

1. O respeito entre os membros é a nossa regra principal, falta de respeito é passível de ban, então ao postar ou comentar se atente aos termos, palavras de baixo calão não são aceitas por mais difícil que seja a situação meça suas palavras. Brincadeiras maldosas e comentários de mal gosto são o fim, pense bem situações onde um apenas ri não é brincadeira é maldade. O grupo é misto portanto mulheres e homens postam e opinam sem qualquer censura.

2. Não é permitido tópico com comentários ou pedidos de ajuda relacionados á remédios, vitaminas orais, produtos pet, produtos químicos que não são destinados ao uso cosmético , shampoo bomba e produtos de transformação dos fios , para facilitar segue a lista que poderá ser alterada a qualquer momento :

Anilina

Azul de Metileno

Monovin

Adeforte

Alisantes diversos / Permanente

Glicopan

Minoxidil

Roacutan

Pantogar

Cetoconazol

Imecap

PillFood

Hair Intern

Ácido Áscorbico

Álcool Canforado

Ivermectina

Violeta Genciana

Apenas médicos podem indicar e prescrever remédios, posts com este tipo de conteúdo ou comentário serão excluídos sem avisos . Não permitimos posts com produtos que não sejam de uso cosmético e sem a liberação dos órgãos responsáveis, assim como não permitimos anúncios que ofereçam produtos fracionados, isso é crime e vai contra as normas da Anvisa. Sobre o uso do rícino sempre orientamos quanto aos seus efeitos colaterais, orientamos quem deve evitar esse tipo de óleo e o porquê deve ser evitado. No entanto, não temos a capacidade de dizer se este ou aquele vai ter algum tipo de reação. O couro cabeludo é uma área com extensa vascularização, ou seja, absorve com muita facilidade tudo com que entra em contato. Esses produtos caem na corrente sanguínea e assim podem provocar OS MESMOS sintomas que a ingestão do rícino. Não é mito. Acontece. Nas primeiras vezes em que usarem o rícino não usem puro! Misturem a um creme multifuncional ou a outro óleo (ex= oliva, maracujá, uva, amêndoas etc), assim a quantidade de rícino usada será menor, facilitando também sua remoção. A intenção é que não ensinem receitas caseiras para que os efeitos colaterais cessem, ou estimulem o uso de pomadas ou cremes para alergia e queimaduras. Sempre que virem algum post com reclamações desse tipo orientem a procurar um médico imediatamente. Eu sei que no espírito de solidariedade queremos ajudar e indicar produtos que nos serviram de alguma forma, mas não é o correto!

Rícino não é indicado para grávidas, lactantes e crianças.

3. O grupo é direcionado aos adeptos do No e Low Poo, assuntos não relacionados às técnicas são bem vindos desde que seja de interesse geral, consulte um moderador a respeito para não perder seu post, segue uma lista breve do que é terminantemente proibido postar:

Fotos de nudez total e parcial, biquínis, roupas debaixo, se mulheres não podem fazer top less em público ou andar sem camisa homens também não aparecem sem camisa por aqui ok ;)

Fotos que exponham crianças nuas ou em situação de risco, o mesmo vale para vídeos, uma criança com necessidades especiais em um vídeo não é engraçado, nem mesmo quando uma criança diminui a outra por diferenças físicas ou estéticas.

Fotos e vídeos que ofendam diretamente a uma etnia ou grupo serão excluídos. Comentários que desmereçam aparência, tipo físico, gênero, etnia ou cause desconforto aos membros serão excluídos, aqui todos têm espaço, ninguém tem status maior ou menor. Nosso grupo é formado por pessoas, não tem quem o cale, para ser silenciado é necessário que derrubem seu sinal de internet ou o expulsem do grupo e nenhuma das alternativas é possível por membros do grupo.

Militantes de causas diversas são bem vindos, apenas lembrem que o espaço é voltado para a troca de informações de cosméticos, rotinas capilares e corporais, sua interação é necessária em um momento crítico desde que seja informativa e não uma imposição. Nenhum membro tem o direito de determinar o que cada um pode ou não comentar, este espaço é múltiplo e não parte de uma militância, portanto todos compartilham e comentam suas experiências, desde que tenha o principal respeito um pelo outro.

4. Se não gosta de determinada marca ou produto, tem o direito de comentar a vontade desde que não vires algo ofensivo ou promoção para ataques/boicotes contra empresas, não temos advogados para nos defender e nem contamos com um fundo para possíveis ações. Caso queira ir contra uma marca faça em sua página pessoal onde será o único responsável por suas ações, não envolva o nome do grupo ou dos membros em situações de risco.

5. Para trocas de produtos mantemos uma página especial para isso, dentro do grupo não é legal esta prática. Link ->

<https://www.facebook.com/groups/rotinasaudaveltrocas/?fref=ts>

6. Racismo é crime, conteúdo do tipo será salvo e entregue ao envolvido como vítima para que tome suas providências, o termo é sempre confundido com preconceito e isso leva a uma discussão sem fim, em caso de dúvidas pergunte, pesquise ou reflita mais. Jamais use o termo mimimi ou vitimismo como resposta para algo que não saiba como argumentar, tenha vivido ou saiba responder.

7. Tópicos iniciados ou finalizados com termos como sem vácuo serão ignorados e até mesmo excluídos, o grupo é uma doação de tempo do coletivo, todos recebem resposta alguns com mais ou menos tempo, coisas deste tipo soam como falta de respeito portanto evite discussão desnecessária, veja se em um busca na lupa sua dúvida já não é solucionada e caso demore para ser respondido comente com um "up" para que seu post volte para o topo.

8. Permitimos divulgação de blogs e lojas desde que mantenham uma frequência semanal de posts e não torne nossa time line sua vitrine pessoal, ao verificarmos algo que vá contra as regras do grupo ou traga risco aos membros o post será deletado e o membro banido.

9. Pesquise antes de postar suas dúvidas, os pilares para o sucesso das rotinas são: leitura, atenção e paciência. Algumas pessoas sentem mais dificuldades por isso incentivamos o uso dos álbuns de cabelo por tipo, entre e peça uma madrinha ou padrinho, tenha em mente que ele vai te apoiar mais não vai dar tudo mastigado, será uma troca então faça sua parte estudando e seguindo as orientações de forma atenta.

10. Não exaltamos ou menosprezamos um tipo de cabelo por aqui, caso queira levantar uma bandeira faça uma página própria para o mesmo, as técnicas vem de antes do livro The Curly Girl, nele foi adaptado uma rotina para cabelos anelados o que não determina que a técnica é para cacheados, cabelos lisos e crespos se beneficiam das mesmas. Não existe uma guerra entre tipos de cabelos nas ruas ela existe apenas dentro dos grupos vindo de membros que levam a rotina como algo negativo, o que procuramos é bem estar e aceitação própria, caso alguém não suporte a convivência com a diferença resolva isso clicando o botão deixar o grupo.

11. Se um comentário direcionado a você for agressivo ou traga qualquer desconforto marque um moderador para que o mesmo apague e tome as medidas necessárias assim que possível, atacar a moderação as 3hrs da manhã não vai resolver a questão.

12. Posts com produtos sem composição serão deletados, ao adicionar uma foto tenha em mãos a composição, se descobrir que não é indicado apague o post, caso seja indicado inclua no álbum específico assim ajuda com a formação do conteúdo e beneficia todo o grupo .

13. Se precisar desabafar ou pedir socorro e não queira expor a situação aqui no grupo mande um e-mail que farei o possível para ajudar lowenopoo@gmail.com, caso queira ajuda do grupo lembre que nem sempre vai receber a resposta que deseja portanto não saia agressivando com os colegas ;)

14. Post caça votos em promoções, post me amem, ego post, post caça like de blog serão excluídos, assim como posts que de informações incorretas sobre as técnicas ou proporções para uso em receitas.

15. Antes de usar qualquer produto faça um teste de dermatite, mesmo produtos naturais podem causar reações diversas, o que é bom para um pode ser o veneno do outro.

16. É proibido postar ou vaziar prints mesmo que editados, os mesmos serão excluídos e em caso de novas postagens será ban ao envolvido. Para achar os álbuns do grupo acesse ->[https://www.facebook.com/groups/noelowpooiniciantes/photos/...](https://www.facebook.com/groups/noelowpooiniciantes/photos/)

Prezamos o respeito e a paz, ao entrar no grupo e permanecer no mesmo aceita tacitamente as regras de convivência, damos liberdade em troca de respeito, o grupo é formado por pessoas de todas as regiões, idades, religiões, gêneros e culturas, se isso é um problema para você acredito que não seja a melhor ideia permanecer por aqui, pois não toleramos desrespeito, preconceito e racismo. Nos esforçamos ao máximo para manter o grupo em debate constante dentro do limite do respeito, o membro que for agressivo, usar de palavras de baixo calão ou se tornar um perseguidor será excluído sem aviso.

Moderadoras

Leila Guimarães

Carolina DH

Christine Silveira

APÊNDICE A

Clipping de matérias sobre as técnicas *no* e *low poo*.

Algumas das matérias da imprensa brasileira veiculadas em 2016 sobre a técnica *no* e *low poo*:

Tire suas dúvidas sobre os movimentos 'no poo' e 'low poo' – CorreioWeb (9/5/2016)
http://sites.correioweb.com.br/app/50,114/2016/05/09/noticia_saudeplena,156631/tire-suas-duvidas-sobre-os-movimentos-no-poo-e-low-poo.shtml

Xampu, protetor solar e pasta de dente perdem ingredientes agressivos – Folha de São Paulo (25/9/2016)
<http://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2016/09/1816352-xampu-protetor-solar-e-pasta-de-dente-perdem-ingredientes-agressivos.shtml>

No-poo e low-poo: sem xampu, cabelos ficam mais saudáveis e bonitos - EBC (15/6/2016)
<http://www.ebc.com.br/noticias/2016/06/no-poo-e-low-poo-sem-xampu-cabelos-cacheados-ficam-mais-saudaveis-e-bonitos>

Low poo e no poo: tire suas dúvidas sobre as técnicas - Ego (4/6/2016)
<http://ego.globo.com/beleza/noticia/2016/06/low-poo-e-no-poo-tire-suas-duvidas-sobre-tecnicas.html>

Low poo: saiba como deixar os cabelos das crianças saudáveis sem xampu – EBC (28/6/2016)
<http://www.ebc.com.br/infantil/para-pais/2016/06/deixe-os-cachinhos-das-criancas-saudaveis-sem-xampu-0>

Jovens abandonam química no cabelo e dão dicas para manter visual natural – Extra (25/9/2016)
<http://extra.globo.com/mulher/beleza/jovens-abandonam-quimica-no-cabelo-dao-dicas-para-manter-visual-natural-20174376.html>

Quatro importantes tendências em produtos para cabelos na maior feira de beleza do Brasil – Brazil Beauty News (4/10/2016)
<http://www.brazilbeautynews.com/quatro-importantes-tendencias-em-produtos-para,1536>

Quantidade de espuma não determina o poder de limpeza de um shampoo – G1 (7/10/16)
<http://g1.globo.com/bemestar/noticia/2016/10/quantidade-de-espuma-nao-determina-o-poder-de-limpeza-de-um-shampoo.html>

APÊNDICE B

Entrevista com Leila Guimarães, moderadora e fundadora do grupo “No e Low Poo Iniciantes” no Facebook

A entrevista foi enviada por e-mail no dia 3/4/2017, respondida por ela por escrito e recebida de volta no dia 7/4/2017. A escrita está no original, mantendo o documento exatamente como recebido.

1. Quando surgiu o grupo?

O primeiro No e Low Poo Iniciantes em 07 de janeiro de 2015 e o segundo em 18 de julho de 2016.

2. Qual foi a motivação para criar o grupo e mantê-lo ativo e organizado por tanto tempo?

A maior foi meu problema em conseguir me aceitar e me expressar, eu participava de um grupo pioneiro no assunto e percebia um perfil padrão de postagem e não me encaixava naquele mundo. No começo chamavam o grupo de o bando de excluídos, até que nossas vozes se uniram e passaram a ecoar e espalhar novas imagens, novas formas e a verdadeira aceitação e o ser.

Tivemos discussões homéricas, noites em vigília, travamos guerras e aprendemos muito por ali, mesmo com o crescimento do grupo, muito ainda deste intuito se mantém criamos um espaço de conforto/consolo e quebras de estereótipos. Não imaginei que eu ia chegar tão longe ou ia atingir tanta gente.

3. Por que as administradoras do grupo optaram por moderá-lo, fazendo com que todas as publicações e solicitações de entrada tenham que ser aprovadas?

Isso é uma questão de momento, se percebemos que algum assunto está sendo usado para discórdia preservamos os membros, dói não poder agir como deveria e as vezes fazer valer a lei real em alguns casos, estes dias o grupo está livre para postagens sem filtro tentamos fazer com que cada um seja responsável e cuide do espaço, maturidade vem com o tempo rs

4. Você nota diferenças no grupo quando compara o funcionamento dele hoje com seu funcionamento no início? Se sim, quais são as principais diferenças que você nota?

Passamos por dois anos de transformações mais uma coisa muito importante permanece viva, o foco que é a ajuda e o coletivo que sempre se protege e se alerta, gostam de dizer que são os grupos dos barracos mais dessa forma muita gente cresceu e reconheceu erros e dividiu o seu melhor, nem o big brother mostra tanta realidade rs.

5. Quais seriam os principais motivos que levam os membros a entrar no grupo e aderir à técnica?

Um pouco hoje em dia é modismo, muitas marcas colocando em seus rótulos e marketing dá uma certa ponta de curiosidade nas pessoas, muitos vem pelo sentido real de viver bem com menos e mais saudável ou natural. Por mais que gerem essa visão do consumismo descontrolado, da necessidade de ter 300 lançamentos quem tem interesse na rotina quer saúde para os fios e para o corpo em si, não é apenas não ter sulfato ou parafina, vai para questões ideológicas, filosóficas e mais reais que os sonhos de consumo e prateleiras forradas

6. As marcas de cosméticos para cabelo já sinalizaram algum tipo de interesse no grupo? Se sim, qual?

Eu tenho uma pequena loja online, ela surgiu depois de um longo período como clt (10 anos para ser exata na última empresa), essa saída me ensinou algo que espelho nos grupos eu não sou e não quero ser um número.

As marcas tem espaço para mostrar seus lançamentos e defender seus produtos e sei que todas tem um membro entre os grupos, mas não aceito presentes ou acertos, uma dona de indústria se tornou uma amiga para a vida toda e falamos de tudo menos de marcas ou produtos.

Uma marca no ano passado me faliu literalmente, me proibiu por alguns dias de usar minhas redes sociais e exercer meu trabalho isso me afastou ainda mais de qualquer interesse em parcerias ou aberturas, primeiro que eu não sou o perfil comercial que procuram e segundo que não quero estar presa por ganhar algo.

7. Você nota mudanças na indústria dos cosméticos desde o início do grupo até hoje? Se sim, quais? Acredita que o grupo tem influência nisso? Se sim, de que maneira?

Muita coisa mudou em quantidades de produtos mais em qualidade andamos a passos lentos, um boom de produtos com tendências comerciais e não pontuais, é o creme do lacre do bafo e da tombação mais do tratamento passa longe na maioria das vezes.

Empresas mais antigas meio que pegaram a onda no começo deslumbraram mais voltaram ao chão e se dedicaram a fazer coisas mais sérias e com propósito e outras mais novas filtram bem mais e estão focadas em tratamentos reais e duradouros como a Kahnoa e a Dhonna .

Acredito sim que temos influência nisso pois falamos disso o dia todo, quer uma experiência melhor e mais econômica que ouvir seu cliente em tempo real ?

Demandas diversas são levantadas e questionadas 24hrs, mulheres crespas e negras podem encontrar shampoos que lavem e tratem seus cabelos e não mais aquela montanha absurda de pastas alisantes que era o que nos estampavam e nos vendiam a todo custo e as que querem alisar podem tratar seu couro e garantir força aos cabelos pois existem tratamentos para reduzir os danos.

8. Qual você acredita ser a principal importância do grupo e suas principais contribuições para as participantes?

De coração acredito ainda na libertação pessoal, muitas meninas e meninos se sentem de fora, destoantes dos ditos padrões de beleza e por ali são aceitos e reconhecidos como parte. .

Já vi tanto sorriso nascendo e tanto problema pessoal sendo debatido e resolvido que está para mim é vai ser sempre a razão principal, ajudar uns aos outros e aprender mais sobre si mesmo crescer. É o bom e velho método nós por nós, a maior terapia em grupo onde se consegue colocar em pauta problemas que trazem vergonhas ou receios como hirsutismo, dermatites, “deficiências e necessidades especiais”, peso, problemas de imagem ou estima entre outros conseguimos ir além do cabelo.

9. Na sua opinião o movimento *No and Low poo* possui um caráter político? Se sim, qual?

Sim e não, o mote agora é o mkt de empoderamento eu acredito que conseguiram esvaziar totalmente este debate, então meu ponto é ético e político eu luto por pessoas livres, para que cada uma possa encrespar , raspar , alisar , endredar e colorir ou descolorir e se ela é forçada a seguir algo quando consegue mudar é um ato político , ela aprender a se aceitar é um ato

político

O que eu não gosto é do efeito envelopamento que é vendido, ex mulheres negras devem ser crespas e usar turbantes pois estes são atos considerados exclusivamente de ordem política, que todas necessitam de um brinção ou batonzão colorido para revolucionar algo, acho que cada um tem um caminho a trilhar e não existem cartilhas para isso.

10. Na sua opinião de que forma a comunicação do grupo pode contribuir para a constituição de uma resistência ou de um contrapoder em relação aos padrões estéticos capilares?

Olha, depende muito de como as pessoas comunicam isso se dá ou não, mas eu acho que principalmente para as mulheres negras é muito transformador. Elas começam a aceitar algumas coisas de formas diferentes iniciando pelo cabelo e descobrem outros posicionamentos, sua própria imagem, um lugar diferente em suas próprias vidas.

Vejo muitas meninas jovens e mães de meninas buscando informações e apoio para lidar com problemas que eu vivi vinte anos atrás e oro para que sejam menos lágrimas e menos preconceito/padronização para as próximas gerações.

É um tema complicado, por temos dois lados uma turma que acha que todas devem ter o cabelo natural e o outro que acha que promovemos a chamada “ditadura” do cabelo natural.

O que queremos mesmo é que cada um tenha liberdade para ser o que quiser e como quiser, sem ser levado a fazer algo para seguir um padrão ou se dobrar a regras sociais.

11. Se você pudesse descrever uma participante média do grupo, com base nas interações mais comuns, como seria? Quais seriam suas características?

Uma mulher perto dos 25, solteira, mestiça em busca de se descobrir passando por uma transição capilar e pessoal.

Encontramos as mesmas falas em diversas meninas diferentes e as vezes com as mesmas dúvidas e dores.

12. Se você pudesse definir uma participante referência do grupo, com base nas publicações e interações de destaque, como seria? Quais seriam suas características?

Fora as blogueiras ou as que tentam despontar nesse nicho as participações mais constantes refletem mulheres mais maduras, que parecem buscar uma vida mais livre, com preocupações que vão além da beleza em si pessoas mais centradas e preocupadas com o que consomem. Por etnia é um pouco mais complicado de definir.

APÊNDICE C - Tabela de publicações dia 20.11.16

referência	link do post	texto	Tipo de publicação	curtir	amei	haha	uau !	triste	grrrr	comentários	compartilhamentos	gênero da pessoa que publicou
publicação 1	https://v	Os cachos aparecendo hehehe	Narrativas de si	31	6	0	0	0	0	0	0	f
publicação 2	https://v	Meninas, vcs batizam essa máscara com alguma coisa? ou ela já é boa sozinha? (p etapa de hidratação mesmo)	Produto	13	0	0	0	0	0	15	0	f
publicação 3	https://v	E tem gente que dizia que eu não ia conseguir. Dois anos de transição eis o resultado. Valeu muito a pena. E hoje eu não troco meu cacheado por liso nenhum.	Narrativas de si	215	15	0	8	0	0	13	0	f
publicação 4	https://v	Oii..Alguém já usou ? Sabem se é bom ?	Produto	0	0	0	0	0	0	0	0	f
publicação 5	https://v	Bom dia Preciso de ajuda pra uma dúvida! Comprei esse kit ontem e nas instruções diz que todos os produtos, tenho que passar na raiz e no comprimento! Isso é válido?	Produto	6	0	0	0	0	0	2	0	f
publicação 6	https://v	Amém	Narrativas de si	275	5	31	0	0	0	12	0	f
publicação 7	https://v	Bom dia, pronta pra adorar ao Senhor.	Narrativas de si	56	4	0	0	0	0	4	0	f
publicação 8	https://v	Meninas esse é meu irmão, ele está com sérios problemas de aceitação da raça e do seu cabelo :(Vamos dar aquela força, ele diz que é um lixo pode isso??? Ele nem imagina o quanto é lindo!!	Narrativas de si	77	17	0	3	0	0	23	0	f
publicação 9	https://v	Bom dia. Meninas tem um desse D-pantenol da solon line será que é liberado pra low poo? ?	Produto	10	0	0	0	0	0	13	0	f
publicação 10	https://v	São liberadas pra low, gente? Ps: Minha câmera é mt ruim, nem da p tirar foto da composição	Produto	3	0	0	0	0	0	4	0	f
publicação 11	https://v	Hoje hidronutrição com máscara monange, condicionei com monange e fiz fitagem com monange rosa. Adoreiiii	Produto	22	0	0	0	0	0	2	0	f
publicação 12	https://v	Eu quero opinião pra eu começar a fazer na minha black power Me ajudem	Narrativas de si	142	25	0	1	0	0	16	0	f
publicação 13	https://v	pode ser usado como creme de pentear?	Produto	1	0	0	0	0	0	1	0	m
publicação 14	https://v	O velho e bom Neutrox!	Produto	16	2	0	0	0	0	9	0	f
publicação 15	https://v	Alguém já usou este produto? É liberado para low poo?	Produto	2	0	0	0	0	0	11	0	f
publicação 16	https://v	Cachos perfeito.	Narrativas de si	36	5	0	0	0	0	3	0	f

publicação 17	https://	[Dúvida] [óleo de amêndoas] Meninas por favor me ajudem. Tenho este óleo de amêndoas e preciso saber se ele é 100% vegetal mas não tem essa informação na embalagem. Olhei todos que tinham na perfumaria e notei que nenhuma Marc dá essa informação tanto os de amêndoas w como os outros também. ... alguém pode me ajudar? Desde já agradeço.	Produto	4	0	0	0	0	0	24	0	f
publicação 18	https://	[Dúvida] [Shampoo redutor de volume] Pessoal, vi um anúncio de shampoo supostamente livre de parabenos e sulfatos. A promessa é a de que ele controle o volume. Meu cabelo tá com muito frizz e anda meio elétrico apesar da umectação. Gostaria de saber se alguém usou esse shampoo e se sabe dizer se ele é liberado pra low. Obrigada.	Produto	2	0	0	0	0	0	6	0	f
publicação 19	https://	Bom domingo pessoal, Preciso saber se tem algo que pode ser substituído o óleo de coco para fazer o shampoo caseiro?	Produto	9	2	0	0	0	0	2	0	f

publicação 20	https://	vFelicidade resume! 1 mês de BC #Curly #FelizDemais #AmandoCadaVezMais	Narrativas de si	14	0	0	0	0	0	1	0	f
publicação 21	https://	vUm mês de no poo to amando mas um corte e acabou transição	Narrativas de si	27	1	0	0	0	0	0	0	f
publicação 22	https://	AMEIIIIII! Domingo vc so coloca o pe na rua pra buscar cmg na igreja.... isso ss è triste! Doida pra fazer aquele sucesso na rua... Obs: lavei com shampoo de sabonete dove, kanechom low poo vcondicionador e finalizei com o monange preto e manteiga de karite...	Narrativas de si	8	0	0	0	0	0	4	0	f
publicação 23	https://	vPessoal alguém aqui já usou essa duplinha o q vcs acharam deles. Desde já agradeço	Produto	6	0	0	0	0	0	10	0	f
publicação 24	https://	Gente,LEITE DE MAGNÉSIA PODE USAR NO CABELO ? Vi um vídeo da Joyce Carter adicionando ele na hidratação e ela disse que ele ajuda a hidratação penetrar mais na cutícula do v cabelo por ele ter um ph básico de 10,5.Procede ? Agradeço desde já ♥.	Produto	10	0	0	0	0	0	11	0	f
publicação 25	https://	Gente, depois que eu fiz uma reconstrução que eu acho que eu coloquei muita queratina meu vcabelo ficou assim. O que eu faço para melhorar ?	Narrativas de si	8	0	0	0	3	0	15	0	f
publicação 26	https://	Oii gente, em primeiro lugar gostaria de agradecer a todas do grupo, desde que entrei tive mil dúvidas e fui respondida em todas. Agora queria contar um pouquinho do meu cabelo. Nunca fiz progressiva nem nenhuma química, cabelo virgem. Faz uns meses que eu tirei os proibidos da minha vida (parafina petrolato etc) e só uso produtos liberados, mas era daquelas que pensava que shampoo não muda nada se é com sulfato ou sem', pensava que o que mudava era a hidratação, os cremes... QUE ENGANO. Iniciei o Low há pouco mais de uma semana, e como meu cabelo não estava maquiado dos proibidos, eu já consegui notar diferenças - pra melhor. Meu cabelo antes tinha um ressecamento assim que não passava, claro que o creme pra pentear disfarçava mas ele nem nada ficava bastante ressecado nas pontas e tinha um pouco de frizz. Hoje eu consigo perceber que meu cabelo depois que saio do banho, antes de passar o creme, já está realmente hidratado, aquele aspecto ressecado das pontas já diminuiu e o frizz/pontas duplas eu quase não vejo mais. Então se tudo isso eu notei com pouco mais de semana, imagina as melhoras que notei aqui uns meses. Estou muito motivada a continuar :D Está oficialmente vdeclarado que sulfato letona o cabelo haha	Narrativas de si	59	8	0	2	0	0	11	0	f
publicação 27	https://	vBom dia galera....Essa é liberada?	Produto	9	0	0	0	0	0	7	0	f

publicação 28	https://	In Love com minha comprinha Low Poo.... Três meses sem Química e uma semana Low Poo	Produto	6	0	0	1	0	0	10	0	f
publicação 29	https://	A diferença das fotos e de um mês. Tem umas 2semanas q faço a técnica de loo pow e 8dias que cortei o kbelo (so tirei uns 3dedos) Estou em transição ainda.. E amando meu kbelo. Ss vale a pena se aceitar do jeito q Deus te fez	Narrativas de si	17	0	0	0	0	0	0	0	f
publicação 30	https://	Oii Gente!! Tudo bom?! Eu queria um Help!! Alguém sabe qual é o tipo do meus Cachos???!? E uma indicação de cremes?!? ME AJUDEM!!!!	Narrativas de si	8	0	0	0	0	0	3	0	f
publicação 31	https://	Misturinha de creme e gelatina! #quase1anodelow	Narrativas de si	59	3	0	0	0	0	17	0	f
publicação 32	https://	Boa tarde cacheadas e cacheados Sou iniciante no low gostaria de saber se esse shampoo da vseda é liberado. Obrigada galera.	Produto	1	0	0	0	0	0	3	0	f
publicação 33	https://	Amo este matizador e estou comecando agora. Posso contiunar usando?	Produto	3	0	0	0	0	0	5	0	f
publicação 34	https://	Essa composição e liberada pra low?	Produto	1	0	0	0	0	0	14	0	f

publicação 35	https://	Boa tarde meninas e meninos. Por favor me tirem uma dúvida. Estou com esse creme de pentear da Kera form Power óleos da Skafe.Na embalagem diz que é livre de Parabenos e Petrolatos. Mas nunca confio muito nas embalagens. Vcs poderiam me dizer se é liberado para Low poo? Desde já vgrata	Produto	6	0	0	0	0	0	1	0	f
publicação 36	https://	Boa tarde meninas, esse defrizante é maravilhoso, mas alguém sabe me informar se ele é liberado?	Produto	1	0	0	0	0	0	0	0	f
publicação 37	https://	É liberado para low poo?	Produto	3	0	0	0	0	0	4	0	f
publicação 38	https://	Gente vim mostrar a evolução do meu cabelo, GRAÇAS AO ABENÇOADO NO POO. Uma semana que comecei, e já vi uma diferença enorme ao acabar de lavar.. E ele diminuiu muito a wqueda, pois estava caindo muito ♥♥ só amor ♥♥	Narrativas de si	3	1	0	0	0	0	0	0	f
publicação 39	https://	Genteee, parafina é liberada ou não?? Porq nas técnicas eu achei um lugar dizendo que era proibida, dai no app "cabelo poo" ele disse que o produto tava liberado, sendo q ele contém vparafina líquida.. To confusa agora	Produto	6	0	0	0	0	0	8	0	f
publicação 40	https://	-	-	0	0	0	0	0	0	0	0	f
publicação 41	https://	Um mês de no poo e tô só amor por essa juba! ♥♥♥♥♥	Narrativas de si	64	5	0	3	0	0	2	0	f
publicação 42	https://	[Low Poo] [Produtos Estrangeiros] [Cabelo 3C] [Ajuda] Olá Meninas, estou em Portugal e preciso urgente de dicas de produtos para que eu possa continuar a fazer Low Poo por aqui!! Por favor me socoórram!! Dicas??!! — se sentindo Desnortida em Lisboa Odívelas.	Produto	3	0	0	0	1	0	3	0	f

publicação 43	https://	Boa tarde ;) Alguém conhece/indica? Faço Low Poo e não entendo muito sobre as proibições rs vDesde já agradeço =)	Produto	0	0	0	0	0	0	4	0	f
publicação 44	https://	vPessoal, essa linha eh proibida num eh???	Produto	1	0	0	0	0	0	3	0	f
publicação 45	https://	Comprei o condicionador neutrox porq só deus sabe onde vende yamasterol na minha cidade... A vfunção dele é a mesma do yamasterol? Ou não? Serve pra co-wash, hidratação... ?	Produto	12	0	0	0	0	0	18	0	f
publicação 46	https://	vPrecisa de qe mais meninas??	Produto	10	0	0	0	0	0	6	0	f
publicação 47	https://	Genteee achei essa foto e queria muito saber se os cremes de pentear da griffus são liberados para alguma das técnicas(em especial esses dois).E aaah as máscaras da griffus todas são vliberadas??	Produto	2	0	0	0	0	0	5	0	f
publicação 48	https://	vGanhei um kit da humor da natura alguma de voces usam ? Sabem me dizer se e liberado ?	Produto	1	0	0	0	0	0	0	0	f
publicação 49	https://	v Help! Ambos liberados (low)?	Produto	24	2	0	0	0	0	9	0	f
publicação 50	https://	vHelp. É liberado? Entra em etapa do CC.	Produto	6	0	0	0	0	0	4	0	f
publicação 51	https://	Boa tarde meninas...a algum tempo acompanho o grupo...comecei no poo uma vez mas acabei caindo na comodidade e utilizando os proibidos. No momento estou a 1 e 6 meses sem química...e não comecei a técnica no momento mas pretendo voltar em breve. Algumas fotos pra vcs verem was vminhas mudanças...e o q vcs acham o meu é um 3A?	Narrativas de si	21	0	0	1	0	0	5	0	f
publicação 52	https://	Esse shampoo serve como o primeiro shampoo pra tirar os resíduos a começar o low e no poo, vcerto? E ele tbm serve como shampoo pra low poo, né?	Produto	12	0	0	0	0	0	15	0	f
publicação 53	https://	vUma foto de agora no 2 day after e uma na transição, antes do BC, da pra acreditar? © #Foco	Narrativas de si	45	9	0	6	0	0	18	0	f

publicação 54	https://	Olá boa tarde meninas hj comprei os queridinhos da linha Bioextratus , só que não tinha o condicionador simples, só tinha condicionador co wash. Será que posso usar como condicionador vnormal ou é só para co wash mesmo obrigada meninas bjs	Produto	12	0	0	0	0	0	11	0	f
publicação 55	https://	vAlguém usa esse? Oq vocês acham dele? (Cabelos secos, nem pensar)	Produto	8	0	0	0	0	0	14	0	f
publicação 56	https://	[low] [Reconstrução] Boa tarde!!! Hoje eu fiz reconstrução com a máscara inoar doctor. Lavei com shampoo meu cacho minha vida, condicionei com Elseve nutrição intensa e finalizar com a máscara Santo Black poderoso. Foto com irmão crespudo(ele não segue a técnica) Fabrício wGomes #black vcrespo #curlyhair #life #freedom	Narrativas de si	17	0	0	0	0	0	1	0	f
publicação 57	https://	vVi em outro grupo e achei legal!!! Quais produtos vcs nao recomendam?	Produto	13	0	0	0	0	0	29	0	f

publicação 58	https://v	Olá galera esse produto ta liberado	Produto	10	0	0	0	0	0	0	4	0	f
publicação 59	https://v	Meus 5 anos de transição e minha gratidão a esse grupo Em 2011 (foto 1) fiz realinhamento de fios com a promessa que em 4 meses ele voltaria com os cachos (caí nessa). Foi minha única química, porém segui a transição usando secador e chapinha direto, sem descanso. No início de 2015 (foto 2) decidi entrar em transição da chapinha pq meu fio de química tinha acabado e os cachos ainda não tinham nem dado o ar da graça. Era meu último período da faculdade, isso me deu muita força, rs. Como quase não tinha aula eu não precisava mais usar a chapinha constantemente, a trança embutida era minha aliada nessa fase. No final de 2015 (foto 3) o cabelo não tava tão liso quanto nos meus primeiros dias sem chapinha, ficava meio bagunça do mas eu não tava nem aí Essa 4º foto é de julho desse ano, deixei crescer pro meu casamento, pq antes crescia e cortava . Olhando assim nem da pra acreditar que meu cabelo mudou tanto nesses últimos meses . Essas últimas 4 fotos são bem recentes, de agosto a novembro. Antes do BC demorava um tempao pra finalizar, amassava muuuito os cachos e na hora que secava ficava esse pontão liso (foto 6). Assim que vi nitidamente essas pontas destacadas na foto, esperei a próxima lua crescente (10/11) e cortei (Foto 7,8) Parece que num passe de mágica, aquela bendita finalização de itagem que nunca dava certo em mim agora funciona eu que mal mal tinha ondas, agora tenho cachos e esses são do meu day after ♥ Não abusem da chapinha. ♥ Não insistam com as pontas lisas, elas pesam os cachos e te fazem achar que eles wn ão estão formando.	Narrativas de si	336	35	0	6	0	0	0	20	0	f
publicação 60	#quero um mundo assim		Narrativas de si	54	8	0	0	0	0	0	0	0	f
publicação 61	https://v	PANTENE - SHAMPOO BRILHO EXTREMO Gente, esse shampoo pode ser usado para fazer a última lavagem com sulfato forte e iniciar nas técnicas No/Low Poo? Muito obrigado e desejo a todos feliz dia da Consciência Negra <3	Produto	9	0	0	0	0	0	0	9	0	f
publicação 62	https://v	Pessoal, boa tarde!! Como vcs usam essa geléia? Usei ela hj pura no cabelo, ficou macio, mas não definiu nada , já usei tbm com creme de pentear, mas na hora da aplicação tipo q craquelada wna mão e fica os resíduos no cabelo. Já estou pensando em doar ou fazer trocar!	Produto	4	0	0	0	0	0	0	8	0	f
publicação 63	https://v	Gente,coemcei a usar esse "creme" que é muito líquido,ele está deixando o meu cabelo com muito frizz (tenho cabelo enrolado) o que fazer?	Produto	1	0	0	0	0	0	0	6	0	f
publicação 64	https://v	Liberado pra low?	Produto	2	0	0	0	0	0	0	3	0	f
publicação 65	https://v	Pessoal essa é liberada ?	Produto	4	0	0	0	0	0	0	4	0	f
publicação 66	https://v	Meninas.... hoje fiz umectação com óleo de rícino e quando tirei fiz uma hidratação com maisena e açúcar.... na falta do que fazer.... fiz umas bolsinhas pra guardar meus esmaltes....ehehehhe	Produto	90	20	0	1	0	0	0	15	0	f

publicação 67	https://v	[VENDA/TROCA] >> NÃO NEGOCIO AQUI, somente no grupo de trocas: https://www.facebook.com/groups/rotinasaudaveltrocas/	Produto	4	0	0	1	0	0	0	2	0	f
publicação 68	https://v	meninas essa é a minha princesinha quero começar o low poo no cabelo dela pois nenhum produto ta dando certo no cabelinho dela qual é o tipo de cabelo dela e me indique produtos p ela	Narrativas de si	2	0	0	0	0	0	0	0	0	f

publicação 85	https://	Meninas me ajudem, quero fazer luzes mas tô na dúvida se faço ou não, dêem suas opiniões por favor!	Narrativas de si	21	1	0	0	0	0	17	0	f
publicação 86	https://	Qual melhor???	Produto	8	0	0	0	0	0	11	0	f
publicação 87	https://	15 dias de No Poo e já estou amando! — sentindo-se apaixonada.	Narrativas de si	77	6	0	0	0	0	6	0	f
publicação 88	https://	Feliz	Narrativas de si	53	5	0	0	0	0	2	0	f
publicação 89	https://	Hoje decidi fazer um antes e depois e estou mto feliz 1 ano e pouquinho de cabelo natural w	Narrativas de si	122	17	0	0	0	0	8	0	f
publicação 90	https://	Quero começar a fazer low poo, porém comprei esses produtos essa semana, será que consigo aproveitar? vocês sabem se são liberados ?	Produto	2	0	0	0	0	0	12	0	f
publicação 91	https://	[fio de cabelo diferente] Oi, eu já vi falarem sobre esse assunto aqui, mas não estou achando na lupa. Esses dois fios de cabelos são meus, só q além de serem diferentes na aparência, são diferentes na textura tb. O mais enrolado parece ser mais grosso numas partes e mais fino em outras. Eu acredito q isso q causa o frizz no cabelo, mas nada na internet me mostra isso direito. Alguém sabe me dizer se é isso q causa o frizz mesmo??? E alguém sabe como acabar com eles???	Narrativas de si	2	0	0	0	0	0	10	0	f