



---

## LIBERDADE PARA OS CACHOS: A LINHA *CURLY WURLY* E A RUPTURA DE PADRÕES ESTÉTICOS

**Juliana Bellia Braga**

Estudante do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades  
Universidade Federal do Espírito Santo (UFES)  
E-mail: julianabbraga@gmail.com

**Flávia Mayer dos Santos Souza**

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades  
Universidade Federal do Espírito Santo (UFES)  
E-mail: flavia.mayer@uol.com.br

### Resumo

Nos últimos anos, acompanha-se um movimento de valorização da estética negra e de enaltecimento dos cabelos crespos e cacheados, amplificado pelos mecanismos de interação presentes nas redes sociais digitais. Esse movimento influencia uma mudança no mercado de beleza e cosméticos que, na tentativa de se adequar às exigências do público feminino que deseja assumir seus cabelos naturais, responde com o lançamento de um quantitativo expressivo de produtos capilares destinados à mulher negra, trazendo embalagens com marcas discursivas que dão pistas de certo diálogo com o movimento de aceitação. Por meio do referencial teórico-metodológico da semiótica discursiva e da semiótica pástica, este trabalho possui como objetivo compreender quem são e como são construídas as enunciatárias inscritas nos discursos das embalagens de produtos cosméticos capilares para a mulher negra. Para isso, utiliza como *corpus* as embalagens da linha *Curly Wurly*, lançada em 2011 e reformulada em 2015 pela empresa brasileira *Lola Cosmetics*.

**Palavras-chave:** Cabelo Crespo. Mulher negra. Embalagem. Publicidade. Semiótica.

### Introdução

Após períodos de transformação nas formas de uso do cabelo crespo, como os alisamentos nos anos 1970, os permanentes afros nos anos 1980 e os relaxamentos e alongamentos nos anos 1990 (FIGUEIREDO; CRUZ, 2016) cresce, nos últimos anos, um movimento pela aceitação da beleza negra e consequente valorização dos cabelos naturais.



Por meio de uma geração constituída por jovens que definem a estética negra como instrumento de resistência, os discursos de enaltecimento do cabelo crespo ganharam espaço significativo. Antes quase inexistente nos meios tradicionais, como novelas e publicidade para meios impressos e audiovisuais, a afirmação da mulher negra como protagonista tornou-se latente em plataformas digitais como o *YouTube*, tomando um espaço que se fazia necessário ocupar.

O surgimento de canais de *youtubers* negras, que trouxeram de forma mais latente a temática do cabelo como conteúdo a ser explorado, contribuiu para uma mudança no mercado da beleza, especialmente no que se refere aos cosméticos capilares. As empresas passaram a entender a necessidade de escutar suas consumidoras, que modelam os fluxos de mídia e demarcam sua presença (JENKINS; GREEN; FORD, p. 25).

Assim, surgem embalagens com marcas discursivas que dão pistas de certo diálogo com o movimento de aceitação presente no *YouTube*, parecendo constituir um espaço de visibilidade na publicidade tradicional motivado pelo estabelecido nas redes sociais digitais.

Nesse contexto, este trabalho objetiva apresentar um recorte nos avanços da pesquisa de mestrado *Análise das embalagens de produtos cosméticos capilares para a mulher negra* vinculada ao programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo. Desse modo, busca compreender quem são e como são construídas as enunciatárias inscritas nos discursos das embalagens de produtos cosméticos capilares para a mulher negra, por meio da análise das embalagens da linha *Curly Wurly*, da empresa *Lola Cosmetics*.

## **Metodologia**

A *Lola Cosmetics* foi uma precursora no Brasil no que se refere à produção de formulações sem sulfato e petrolatos – ingredientes que, apesar de estarem presentes em *shampoos* e condicionadores, prejudicam a hidratação dos cabelos –,



disseminando assim os conceitos de *no-poo*<sup>1</sup> no país. Além disso, foi uma pioneira na produção de cosméticos capilares para o público crespo e cacheado e no posicionamento que acompanha o movimento de valorização dos cabelos naturais.

A linha *Curly Wurly*, lançada no ano de 2011, foi a primeira linha de produtos para cabelos crespos e cacheados lançada pela empresa *Lola Cosmetics*. No ano de 2015, a identidade visual dos produtos sofreu modificações que resultaram nas embalagens que constituem o objeto desta análise. A linha é composta por três itens: *shampoo*, *co-wash*/condicionador e *pudding*/tratamento sem enxágue.

Como referencial teórico-metodológico para a análise das embalagens de cosméticos capilares destinados à mulher negra, foram utilizados os preceitos da semiótica discursiva e da semiótica plástica. Como teoria de significação, a primeira preocupação da semiótica consiste em “[...] explicitar, sob a forma de uma construção conceitual, as condições da apreensão e da produção do sentido” (GREIMAS; COURTÉS, 1979, p. 415).

O plano de expressão, objeto da semiótica plástica, é composto por formantes matéricos, cromáticos, eidéticos e topológicos, que comportam entre si função discriminatória para a sua apreensão e estabelecem contrastes que permitem isolar cada formante do todo (OLIVEIRA, 2004).

Os elementos do plano de expressão podem corresponder a uma ou mais unidades do plano de conteúdo (OLIVEIRA, 2004). Fiorin (2011) define, no plano de conteúdo, o percurso gerativo de sentido como “[...] uma sucessão de patamares, cada um dos quais suscetível de receber uma descrição adequada, que mostra como se produz e se interpreta o sentido [...]” (FIORIN, 2011, p. 20).

A partir da análise dos textos visuais e verbais contidos em embalagens que compõem a linha, no que se refere à plasticidade, observam-se os materiais com os quais a embalagem é produzida: corpo em plástico e rótulo em papel.

Além disso, visualiza-se, no formante topológico a distribuição dos elementos: a inscrição “Abaixo a ditadura dos lisos”; o tipo de produto ao qual o frasco corresponde; logo abaixo, o nome da linha *Curly Wurly*; a marca *Lola Cosmetics*; e,

---

<sup>1</sup>Em tradução livre, *no poo* significa sem xampu. O principal componente excluído quando se adota a técnica é o sulfato, que retira a oleosidade natural que protege os fios e o couro cabeludo. Também devem ser evitados: silicone, álcool, parabenos e ftalatos, por causarem danos aos cabelos cacheados (MASSEY; BENDER, 2015).

posteriormente, informações a respeito de alguns componentes que a marca não utiliza nas formulações da linha.

No formante eidético, observam-se pequenas formas curvilíneas dispostas pela extensão da embalagem que presentificam as curvaturas dos cabelos crespos e cacheados. Em conjunto com o cromático, destaca-se um emoldurado que remete a um quadro negro. As fontes desenhadas e os traçados escolhidos, em combinação com a disposição dos elementos, remetem a uma tendência atual de design que se inspira em desenhos produzidos com giz em quadros escolares.

Além do preto, são utilizados também o verde e o azul em tons vibrantes, não usuais, sugerindo jovialidade.

Priorizando os níveis discursivo e narrativo do percurso gerativo de sentido, identificam-se como temáticas principais nos rótulos a quebra de padrões estéticos (do cabelo liso), a liberdade e os novos comportamentos. Por meio do destaque à expressão “Abaixo a ditadura dos lisos” emergem efeitos de insatisfação e descontentamento com uma realidade existente.

Nesse sentido, a linha de produtos constitui objeto-modal para que a enunciatória saia da disjunção relacionada à ditadura dos lisos – em que ela se enxerga como refém de um padrão estético determinado – e possa entrar em conjunção com seu objeto-valor: a liberdade para os cachos.

### **Considerações finais**

É possível verificar que os temas evocados nas construções discursivas de *Curly Wurly*, se apresentam em consonância com os movimentos de luta e aceitação pela diversidade da beleza, estando neles, de modo geral, a quebra de padrões estéticos.

A partir dessa aproximação, percebe-se a iniciativa da *Lola Cosmetics* de tentar se adequar às necessidades e às exigências das consumidoras negras que desejam utilizar seus cabelos de forma natural. Até então, esse era um público ao qual se destinava, no que tange ao universo dos produtos capilares específicos, em sua grande maioria, químicas de transformação, alisantes e relaxantes.

No entanto, é necessário pontuar que, no que concerne à visualidade, os



elementos escolhidos para compor o rótulo da embalagem não fazem alusão direta à cultura negra. As linhas curvas que fazem alusão aos cachos surgem de modo tímido, em pequenas aparições.

Nesse sentido, a linha *Curly Wurlly* constrói sua enunciatória de modo que a contestação se apresenta como elemento predominante. O que se depreende é que ela está descontente e, por isso, protesta.

Assim, a enunciatória de *Curly Wurlly* é uma mulher que deseja se libertar dos padrões estéticos e que quer ter o direito de lutar para tomar decisões acerca de seu corpo. Ao levar essa embalagem, ela se afirma com a marca e coloca o cabelo como um importante componente na constituição de sua identidade.

#### Referências:

FIGUEIREDO, A.; CRUZ, C. (org.). **Beleza negra**: representações sobre o cabelo, o corpo e a identidade das mulheres negras. Cruz das Almas, BA: Ed. UFRB; Belo Horizonte, MG: Fino Traço, 2016.

FIORIN, José Luiz. **Elementos de análise do discurso**. 15. ed. São Paulo: Contexto, 2011.

GREIMAS, A. J.; COURTES, J. **Dicionário de Semiótica**. São Paulo: Cultrix, 1979.

JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. **Cultura da Conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. Tradução Patrícia Arnaud. São Paulo: Aleph, 2014.

LOLA COSMETICS. Disponível em: <http://lolacosmetics.com.br/>. Acesso em 23 jun. 2018.

MASSEY, L.; BENDER, M.. **O manual da garota cacheada**: o método curly girl. Tradução: Patrícia Azeredo. Rio de Janeiro: Best Seller, 2015.

OLIVEIRA, Ana Claudia de. As Semioses Pictóricas. *In*: OLIVEIRA, Ana Claudia de (Org.). **Semiótica plástica**. São Paulo: Hacker Editores, 2004.