XIII ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI URUGUAI – MONTEVIDÉU

GÊNERO, SEXUALIDADES E DIREITO I

RIVA SOBRADO DE FREITAS

FABRÍCIO VEIGA COSTA

FLOR DE MARÍA MEZA TANANTA

Copyright © 2024 Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte destes anais poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria – CONPEDI
Presidente - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - FMU – São Paulo
Diretor Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC – Santa Catarina
Vice-presidente Norte - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa – Pará
Vice-presidente Centro-Oeste - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG – Goiás
Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos – Rio Grande do Sul
Vice-presidente Sudeste - Profa. Dra. Rosângela Lunardelli Cavallazzi - UFRJ/PUCRio – Rio de Janeiro
Vice-presidente Nordeste - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP - Pernambuco

Representante Discente: Prof. Dr. Abner da Silva Jaques - UPM/UNIGRAN - Mato Grosso do Sul

Conselho Fiscal:
Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho - UFMA - Maranhão
Prof. Dr. Caio Augusto Souza Lara - SKEMA/ESDHC/UFMG - Minas Gerais
Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UFERSA - Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Fernando Passos – UNIARA - São Paulo
Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP - São Paulo
Secretarias
Relações Institucionais:
Prof. Dra. Claudia Maria Barbosa - PUCPR - Paraná
Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA - Bahia
Profa. Dra. Daniela Marques de Moraes - UNB - Distrito Federal
Comunicação:
Prof. Dr. Robison Tramontina - UNOESC - Santa Catarina
Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho - UPF/Univali - Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS - Sergipe
Relações Internacionais para o Continente Americano:
Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch - UFSM - Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA - Maranhão
Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto - UPM – São Paulo
Relações Internacionais para os demais Continentes:
Profa. Dra. Gina Vidal Marcilio Pompeu - UNIFOR - Ceará
Profa. Dra. Sandra Regina Martini - UNIRITTER / UFRGS - Rio Grande do Sul
Profa. Dra. Maria Claudia da Silva Antunes de Souza - UNIVALI – Santa Catarina
Eventos:
Prof. Dr. Yuri Nathan da Costa Lannes - FDF - São Paulo
Profa. Dra. Norma Sueli Padilha - UFSC - Santa Catarina
Prof. Dr. Juraci Mourão Lopes Filho - UNICHRISTUS - Ceará

Membro Nato – Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa – UNICAP – Pernambuco

G326
GÊNERO, SEXUALIDADES E DIREITO I
[Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI
Coordenadores: Riva Sobrado De Freitas, Fabrício Veiga Costa, Flor de María Meza Tananta – Florianópolis: CONPEDI, 2024.
Inclui bibliografia
ISBN: 978-85-5505-984-1
Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações
Tema: ESTADO DE DERECHO, INVESTIGACIÓN JURÍDICA E INNOVACIÓN
1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – 2. Gênero. 3. Sexualidades. XIII ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI URUGUAI – MONTEVIDÉU (2: 2024 : Florianópolis, Brasil).
CDU: 34



Conselho Nacional de Pesquisa
e Pós-Graduação em Direito Florianópolis
Santa Catarina – Brasil
www.conpedi.org.br

XIII ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI URUGUAI – MONTEVIDÉU

GÊNERO, SEXUALIDADES E DIREITO I

Apresentação

TEXTO DE APRESENTAÇÃO

GT- GÊNERO, SEXUALIDADES E DIREITO I

XIII ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI URUGUAI – MONTEVIDÉU

No dia 20 de setembro de 2024, os professores Fabricio Veiga Costa (Universidade de Itaúna –MG), Riva Sobrado De Freitas (Universidade do Oeste de Santa Catarina) e Flor de María Meza Tananta (Universidad de la República) coordenaram o GÊNERO, SEXUALIDADES E DIREITO I, no XIII ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI URUGUAI – MONTEVIDÉU.

O GT GÊNERO, SEXUALIDADES E DIREITO foi criado no ano de 2016 e simbolicamente representa um espaço de resistência, diante de um mundo marcado pelo preconceito, misoginia, homofobia, machismo, transfobia, todo e qualquer manifestação de ódio decorrente da orientação sexual e da identidade de gênero.

Um dos objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil, explicitamente previsto no artigo 3, inciso IV, da Constituição brasileira de 1988, é promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação.

O direito fundamental à liberdade de expressão e orientação sexual, bem como o direito de construir livremente a identidade de gênero são corolários da dignidade humana e da cidadania no Estado Democrático de Direito.

A luta pela igualdade de gênero; o combate à pornografia e a repressão aos crimes contra a dignidade sexual; as subnotificações de violência doméstica contra mulheres trans na cidade de Manaus; a violência obstétrica e a medicalização do corpo feminino; a misoginia no ambiente digital; o silenciamento de mulheres indígenas na Amazônia; práticas discursivas antigênero no instagram; o racismo na indústria de cosméticos; os direitos reprodutivos das

mulheres e os apontamentos crítico-constitucionais do Projeto de Lei 1904/2024 foram os principais temas apresentados por pesquisadores brasileiros e uruguaios, que protagonizaram debates profícuos e essenciais ao progresso científico.

Os estudos de gênero, em diálogo transdisciplinar com a ciência do Direito, constitui um modus de ver e ler o mundo para além da concepção ontológico-genotípica de sexualidade. A ruptura com o binarismo e com a heteronormatividade compulsória decorre de estudos epistemológicos da sexualidade como “estar”, e não como “ser”.

Fabrício Veiga Costa

Professor do Programa de Pós-graduação Stricto Sensu em Proteção dos Direitos Fundamentais da Universidade de Itaúna –MG-. Doutorado e mestrado em Direito. Pós-doutorado em Educação, Psicologia e Direito. Especializações em Direito Processual, Direito de Família e Direito Educacional.

Riva Sobrado De Freitas

Universidade do Oeste de Santa Catarina

Flor de María Meza Tananta

(Universidad de la República)

PRECONCEITO MAQUIADO: O RACISMO NA INDÚSTRIA DOS COSMÉTICOS

DISGUISED PREJUDICE: RACISM IN THE COSMETICS INDUSTRY

Maíra Villela Almeida [1]
Luisa Goyannes Sampaio Passos

Resumo

O presente artigo tem como objeto a análise da interseccionalidade das violências sofridas pelas mulheres racializadas, a violência de gênero e a violência racial, que se demonstra no artigo pela indústria dos cosméticos. A metodologia de pesquisa empregada foi a hipotético-analítica, por meio de revisão bibliográfica. A análise estrutura-se, inicialmente, com uma breve contextualização acerca do racismo estrutural no mercado dos cosméticos, trazendo conceitos como o blackface e a denúncia da cantora Rihanna sobre o racismo no mercado dos cosméticos, sendo ativa na promoção da diversidade e inclusão no setor. Em seguida, analisa-se a ação antirracista contra o a indústria dos cosméticos liderada por influenciadores negros e a sua importância em um mundo digital e globalizado. Também será abordado a importância do discurso atemporal “Eu não sou uma mulher”, da feminista americana Sojourner Truth, em 1851, seguida pela uma análise da obra “Por um feminismo afro-latino-americano”, da feminista brasileira Lélia Gonzalez. Por fim, destacou-se a importância da educação antirracista, que teve os seus caminhos abertos pela Lei 10.639 de 2003, ao estabelecer as diretrizes e bases da educação nacional, para incluir no currículo oficial da Rede de Ensino a obrigatoriedade da temática "História e Cultura Afro-Brasileira".

Palavras-chave: Direitos fundamentais, Novos direitos, Gênero, Discriminação racial, Cosméticos

Abstract/Resumen/Résumé

This paper aims to analyze the intersectionality of the violence suffered by racialized women, gender violence and racial violence, which is demonstrated in the article by the cosmetics industry. The research methodology used was hypothetical-analytical, by means of a bibliographical review. The analysis is initially structured with a brief contextualization of structural racism in the cosmetics market, bringing in concepts such as blackface and singer Rihanna's denunciation of racism in the cosmetics market, being active in promoting diversity and inclusion in the sector. Next, the anti-racist action against the cosmetics industry led by black influencers and its importance in a digital and globalized world will be analyzed. The importance of the timeless speech "I am not a woman", by the American feminist Sojourner Truth in 1851, will also be addressed, followed by an analysis of the work "For an Afro-Latin American feminism", by the Brazilian feminist Lélia Gonzalez. Finally,

[1] Doutora e Mestra em Direito pela UFRJ. Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade Estácio de Sá - UNESA, com bolsa produtividade. E-mail: almeida.maira.1@gmail.com

we highlighted the importance of anti-racist education, which was opened up by Law 10.639 of 2003, when it established the guidelines and bases of national education, to include the subject of "Afro-Brazilian History and Culture" in the official school curriculum.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Fundamental rights, New rights, Gender, Racial discrimination, Cosmetics

INTRODUÇÃO

A interseccionalidade das violências sofridas pelas mulheres racializadas, no contexto da indústria dos cosméticos, é o tema central da presente pesquisa. Essa interseccionalidade evidencia como as mulheres não apenas enfrentam a violência de gênero, mas também a violência racial, amplificando assim as desigualdades e discriminações que experimentam.

No caso da indústria dos cosméticos, observa-se que os padrões de beleza dominantes frequentemente excluem ou marginalizam características raciais específicas. Produtos como clareadores de pele e a falta de diversidade em tons de maquiagem são exemplos claros de como as normas de beleza hegemônicas podem perpetuar a violência racial e de gênero simultaneamente. Esses produtos muitas vezes reforçam a ideia de que características físicas de mulheres racializadas são menos desejáveis, causando danos psicológicos e físicos a essas mulheres, reforçando o racismo estrutural.

O feminismo interseccional, ao abordar essas questões, demonstra que o interesse na matéria é tanto global quanto intergeracional. Ele enfatiza a importância de compreender e combater essas múltiplas formas de opressão para promover um futuro justo e equitativo para todas as pessoas. Portanto, a interseccionalidade chama a atenção para a necessidade de um compromisso coletivo e contínuo para desafiar e transformar essas dinâmicas de poder, assegurando que todas as mulheres, independentemente de raça, tenham acesso a uma vida livre de discriminação e violência.

Nesse cenário, no presente artigo, pretende-se trazer uma breve contextualização acerca do racismo estrutural no mercado dos cosméticos e a dura realidade das violências sofridas pelas mulheres racializadas.

Em seguida, será apresentado as denúncias dos influenciadores negros, que têm desempenhado um papel crucial na promoção de ações antirracistas dentro desse setor. A presença e o ativismo desses influenciadores não só ajudam a aumentar a conscientização sobre questões de diversidade e inclusão, mas também pressionam marcas a adotarem práticas mais justas e representativas.

As obras "Eu Não Sou uma Mulher?", de Sojourner Truth, e "Por um Feminismo Afro Latino-Americano", de Lélia Gonzalez, são obras que amplificam as vozes e experiências das mulheres negras, destacando a importância de um feminismo que seja verdadeiramente inclusivo e interseccional. Elas nos lembram que as lutas contra o racismo e o sexismo são

inseparáveis e que a resistência e o empoderamento das mulheres negras são fundamentais para qualquer movimento de justiça social.

Ao final, será abordada a Lei 10.639/2003, que representa um passo significativo na promoção de uma educação antirracista e na valorização da diversidade cultural no país.

1. RACISMO ESTRUTURAL NO MERCADO DOS COSMÉTICOS

Por muito tempo, as indústrias de moda e beleza têm sido duramente criticadas por perpetuar padrões de beleza eurocêntricos e por não oferecerem uma variedade adequada de produtos. Na indústria dos cosméticos, a crítica se coloca na falta e/ou escassez de produtos para as tonalidades mais escuras de pele (MACHADO, 2018). Isso tem sido um problema persistente há décadas e reflete desigualdades mais amplas em termos de representação e inclusão, o que está intrinsecamente ligado às dinâmicas de poder entre colonizador e colonizado. Essa crítica reflete a persistência dos legados do colonialismo e da supremacia branca, que moldaram as normas culturais e estéticas em muitas partes do mundo.

O Brasil é um dos principais mercados consumidores no setor de Higiene Pessoal, Perfumarias e Cosméticos (HPPC) no mundo. Segundo dados da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos[1] (ABIHPEC), o Brasil é o quarto maior mercado consumidor desse setor no mundo, com vendas estimadas em US$ 26, 9 bilhões (ABIHPEC, 2019). Ainda de acordo com a ABIHPEC, o Brasil é o sétimo maior mercado de maquiagem no mundo (ABIHPEC, 2019). Apesar do Brasil ser um dos principais mercados globais no setor de cosméticos, ainda existem desafios significativos em relação ao atendimento das necessidades específicas das mulheres negras.

De acordo com dados levantados pela Revista Marie Claire, 70% das mulheres negras desistem de comprar maquiagem, porque não encontram um tom compatível com a sua pele. Isso indica uma lacuna significativa na oferta de produtos (MARIE CLAIRE, 2020).

A realidade enfrentada pelas mulheres negras no mercado de cosméticos é um reflexo da "lógica branca" de produção, que prioriza produtos e padrões de beleza voltados para

[1] A Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC), é uma entidade sem fins lucrativos com finalidade principal de congregar as indústrias nacionais do setor, instaladas em todo país e de todos os portes, promovendo e defendendo seus legítimos interesses, com vistas ao desenvolvimento econômico que representam.

pessoas brancas. Esse fenômeno é parte de uma questão maior de invisibilidade e estigma que afeta a população negra em várias áreas da sociedade, incluindo o consumo (SANTOS, 2023). Albert Memmi[2] explora as complexidades psicológicas e sociais das relações coloniais, examinando como o colonialismo molda tanto a identidade do colonizador quanto a do colonizado:

> "A primeira tentativa do colonizado é mudar de condição mudando de pele. Um modelo tentador muito próximo se oferece e se impõe a ele: precisamente o do colonizador. Este não sofre de nenhuma de suas carências, tem todos os direitos, beneficia-se de todos os prestígios, dispõe das riquezas e das honras, da técnica e da autoridade. Ele é, enfim, o outro termo de comparação, que esmaga o colonizado e o mantém na servidão (MEMMI, 2007, p. 162 e 163)."

Historicamente, muitas marcas de moda e beleza têm focado predominantemente em modelos e celebridades brancas, relegando a representação de pessoas de outras etnias a um papel secundário (SCHOPF, 2016). A representação inadequada e prejudicial na indústria da moda e beleza é evidente em várias práticas, incluindo o *"blackface"*.

O *blackface* é uma prática altamente ofensiva na qual uma pessoa branca pinta o rosto para parecer de uma pessoa negra, muitas vezes perpetuando estereótipos raciais prejudiciais (FERREIRA, 2017). No contexto da indústria de cosméticos, o *blackface* é absolutamente inaceitável e pode resultar em consequências sérias para as marcas que o promovem. Embora o *blackface* tenha sido historicamente associado a formas extremas de racismo, como *Minstrel Shows*[3] nos Estados Unidos, ainda persiste em formas mais sutis nas diversas indústrias, incluindo a moda e a beleza (BARNES, 2016).

---

[2] Albert Memmi é um escritor tunisiano que deixou um legado incrível para a literatura mundial. Ele escreveu diversos livros que abordam temas como identidade, colonialismo e racismo. Sua obra mais conhecida é "Retrato do Colonizado", onde ele analisa as relações entre colonizadores e colonizados. Memmi também foi um ativista político e lutou pela independência da Tunísia.

[3] Minstrel show (em português, espetáculo de menestréis) ou minstrelsy ('cantoria') é nome pelo qual ficou conhecido um tipo de espetáculo teatral popular tipicamente americano e notavelmente baseado em ideais racistas perpetuados nos Estados Unidos e no mundo, que reunia quadros cômicos, variedades, dança e música, inicialmente com artistas brancos maquiados como negros com o rosto maquiado de preto.

A conscientização sobre essas questões têm aumentado e muitas marcas estão sendo chamadas a prestar contas por práticas que podem ser interpretadas como *blackface* ou que de outra forma promovam estereótipos raciais negativos, como foi o caso da Avon em 2015.

O Prêmio Avon de Maquiagem é uma iniciativa da Avon para reconhecer e celebrar o talento dos maquiadores profissionais no Brasil e a premiação é dividida em várias categorias (LAB, 2019). Na categoria "Editorial", os maquiadores são avaliados por sua criatividade, habilidade técnica, criação e impacto visual do seu trabalho.

A maquiagem vencedora do Prêmio Avon de Maquiagem de 2015 na categoria "Editorial", foi criada por Mychelle Pavão e recebeu o título "Todos somos um". No entanto, o editorial gerou controvérsias significativas e muitas críticas (LAGE, 2016). Entre as fotos apresentadas, duas modelos brancas foram maquiadas para parecerem mulheres negras, sendo uma dessas caracterizações inspiradas na modelo negra Winnie Harlow, que tem vitiligo[4].

As críticas focaram principalmente na questão do uso de *blackface*. No contexto do editorial, a escolha de maquiar modelos brancas para representar mulheres negras foi vista como insensível e desrespeitosa, destacando a falta de representatividade e a perpetuação da apropriação cultural (LAGE, 2016).

Além disso, a decisão de não contratar modelos negras para representar a diversidade almejada no tema "Todos Somos Um" foi interpretada como uma falha significativa em promover a inclusão. A controvérsia levantou debates importantes sobre racismo, representatividade e a responsabilidade das marcas e profissionais da beleza em abordar essas questões de maneira séria, respeitosa e consciente.

É crucial que a indústria de cosméticos reconheça a diversidade de tons de pele e promova uma imagem inclusiva e respeitosa em todas as suas campanhas e produtos, isso inclui a representação adequada de pessoas de diferentes origens étnicas e raciais em sua publicidade e o desenvolvimento de linhas de produtos que atendam às necessidades de todos os tons de pele.

[4] O vitiligo é uma doença caracterizada pela perda da coloração da pele. As lesões formam-se devido à diminuição ou ausência de melanócitos (as células responsáveis pela formação da melanina, pigmento que dá cor à pele) nos locais afetados.

Dentre as celebridades, a cantora Rihanna tem sido uma figura proeminente na luta pela inclusão e diversidade na indústria dos cosméticos. Sua linha de maquiagem, a *Fenty Beauty* (FENTY BEAUTY, 2024), foi criada em 2017 com o objetivo de oferecer produtos para as diversas tonalidades de cor de pele, preenchendo uma lacuna no mercado onde havia poucas opções para essa população.

A denúncia da Rihanna e a criação da *Fenty Beauty* apontam para uma resposta importante e necessária ao racismo estrutural no mercado de cosméticos. Isso não apenas responde a uma demanda há muito ignorada, mas também serve como um exemplo para outras marcas sobre como a inclusão pode ser lucrativa e impactante (GUIMARÃES, 2022).

O site *Think With Google*[5], divulgou em 2021 uma pesquisa inédita, que foi encomendada pela marca de cosméticos Avon à consultoria Grimpa e ao Google. O objetivo da pesquisa é entender e estudar o consumo de maquiagem por mulheres pretas no Brasil. Essa pesquisa se torna relevante considerando que 54% da população brasileira é negra, e 50% das mulheres brasileiras compram maquiagem para peles negras (SOARES, 2021).

Entre as principais demandas nas buscas por maquiagem, as mulheres negras relatam maior dificuldade em encontrar a base do seu tom de pele. Apesar dessa dificuldade, 68% das consumidoras de pele negra se declaram fieis às marcas de maquiagem que se adequam às suas necessidades. Portanto, há espaço para as marcas desenvolverem produtos que atendam a essa parcela da população e promovam a diversidade no setor de beleza. Afinal, a busca por uma beleza multicultural é uma tendência global, e as consumidoras estão cada vez mais exigentes e conscientes sobre a representatividade dos produtos que consomem (SOARES, 2021).

2. INFLUENCIADORES NEGROS ILUSTRAM AÇÃO ANTIRRACISTA

A marca de maquiagem *Youthforia* enfrentou duras críticas e reação negativa dos consumidores por seu novo tom de base escura (JOHNSON, 2024). A base criada pela *Youthforia* para pessoas afrodescendentes foi comparada por Golloria George[6], com "*alquitrán*

[5] O Think with Google é uma plataforma de insights criada pela Google com o objetivo de auxiliar empreendedores e profissionais na compreensão do mercado.

[6] Golloria George é uma influenciadora no ramo de beleza e cosméticos, que tem uma série em seu perfil onde mostra o tom mais escuro de produtos de maquiagem. A influenciadora fez um teste da base tom 600 da

en una botella", ou seja, em uma tradução livre a "alcatrão em uma garrafa" (REDACCIÓN LOS ANDES, 2024). Essa comparação sugere que a base se assemelha a uma substância escura e densa, o que gerou polêmica em torno da chamada "linha inclusiva" da marca.

Golloria George foi responsável pela denúncia do racismo na indústria dos cosméticos, gravando um vídeo onde fez um teste comparando a base com uma tinta preta. A influenciadora cobriu metade do rosto com cada produto, mostrando que ambos eram bem parecidos. O vídeo teve mais de 11 milhões de visualizações e iniciou uma discussão sobre racismo no mercado dos cosméticos (GOLLORIA GEORGE VÍDEO, 2023).

Tássio Santos[7], em seu livro intitulado *"Tem Minha Cor?",* aborda o conceito de "diversidade falsificada" e argumenta que a fórmula pronta do que as pessoas entendem como inclusão pode ser explorada por racistas. Em recente entrevista para a *Revista Glamour*, Tássio faz uma análise de como iniciou o seu processo de questionamento do mercado de cosméticos:

> "Quando eu não encontrava o meu tom de base em uma loja de maquiagem, eu me sentia muito mal. No momento que eu comecei a contestar a indústria e reivindicar a minha existência através dos cosméticos, eu me senti muito mais contemplado e me senti muito mais visto. Parece que uma parte da minha cidadania foi reconquistada. Isso me trouxe o poder de fortalecer a minha autoestima, me deixou feliz (REVISTA GLAMOUR, 2024)".

Como podemos ver, os influenciadores e as mídias sociais desempenham um papel significativo na amplificação e disseminação de denúncias importantes. No entanto, é importante notar que, embora os influenciadores e as mídias sociais possam desempenhar um papel crucial na divulgação de denúncias importantes, a verificação dos fatos e a busca por informações precisas também são fundamentais para garantir a credibilidade e a eficácia das denúncias.

3. "EU NÃO SOU UMA MULHER?": A NARRATIVA DE SOJOURNER TRUTH

Youthforia, a cor mais escura da linha. O vídeo, publicado nas redes sociais na norte-americana tem mais de 11 milhões de visualizações, cerca de 1.6 milhão de curtidas e iniciou um debate sobre racismo no mercado da beleza.

[7] Tássio Santos é consultor de diversidade para marcas de maquiagem no Brasil.

Sojourner Truth[8], proferiu um discurso poderoso em 1851 na Convenção dos Direitos das Mulheres em Akron, Ohio, intitulado “E eu não sou uma mulher? (TRUTH, 2020)”. Nesse discurso, ela desafiou as noções predominantes de feminilidade e raça, destacando as injustiças enfrentadas pelas mulheres negras (LA FEC, 2021).

A narrativa de Sojourner Truth se baseia em sua própria experiência como uma mulher negra que sofreu sob a escravidão. Nascida escrava em 1797, ela escapou e dedicou sua vida a lutar contra a escravidão e pela igualdade de gênero. Seu discurso é emblemático por confrontar as ideias de feminilidade que excluíam mulheres negras e por destacar a interseccionalidade — a sobreposição de diferentes formas de discriminação e opressão (LA FEC, 2021).

No discurso, Sojourner Truth confronta a audiência com a pergunta retórica “E eu não sou uma mulher?”, desafiando a noção de que as mulheres negras não eram vistas como verdadeiras mulheres dentro do movimento feminista da época. Ela destaca suas capacidades de trabalho e resistência, comparando suas experiências com as das mulheres brancas que eram protegidas pela sociedade.

Em suas palavras:

> “Aqueles homens ali dizem que as mulheres precisam de ajuda para subir em carruagens, e devem ser carregadas para atravessar valas, e que merecem o melhor lugar onde quer que estejam. Ninguém jamais me ajudou a subir em carruagens, ou a saltar sobre poças de lama, e nunca me ofereceram melhor lugar algum! E não sou uma mulher? Olhem para mim? Olhem para meus braços! Eu arei e plantei, e juntei a colheita nos celeiros, e homem algum poderia estar à minha frente. E não sou uma mulher? Eu poderia trabalhar tanto e comer tanto quanto qualquer homem – desde que eu tivesse oportunidade para isso – e suportar o açoite também! E não sou uma mulher? Eu pari 3 treze filhos e vi a maioria deles ser vendida para a escravidão, e quando eu clamei com a minha dor de mãe, ninguém a não ser Jesus me ouviu! E não sou uma mulher? (TRUTH, 2021)”

[8] Sojourner Truth (nascida Isabella Baumfree) foi uma abolicionista e ativista dos direitos das mulheres afro-americana. Truth nasceu escravizada em Swartekill, Nova Iorque, mas escapou com sua filha pequena para a liberdade em 1826. Depois de ir ao tribunal para resgatar seu filho em 1828, ela se tornou a primeira mulher negra a ganhar um caso como esse contra um homem branco. Ela se autodenominou Sojourner Truth em 1843, depois de se convencer que Deus a havia chamado para deixar a cidade e ir para o campo "testemunhando a esperança que havia nela". Seu discurso mais conhecido foi feito de improviso, em 1851, na Convenção dos Direitos das Mulheres de Ohio, em Akron.

A narrativa de Truth pode ser associada à indústria de cosméticos e ao racismo de várias maneiras. Como vimos, historicamente a indústria de cosméticos tem sido um espelho das normas de beleza eurocêntricas, muitas vezes marginalizando as mulheres negras e promovendo padrões de beleza que favorecem características brancas. Isso inclui a promoção de pele clara, cabelos lisos e outras características que não refletem a diversidade de beleza das mulheres negras. Produtos para clareamento da pele e alisamento do cabelo são testemunhos de como a indústria de cosméticos historicamente pressionou as mulheres a se adequarem aos padrões de beleza eurocêntricos.

O discurso de Sojourner Truth ainda ressoa fortemente hoje ao considerarmos o racismo estrutural e institucional que as mulheres negras continuam a enfrentar, tanto na indústria de cosméticos, quanto em outros aspectos da vida. Seu discurso é um exemplo precoce da teoria da interseccionalidade[9], mostrando como sua identidade como mulher e negra informava suas experiências e sua luta por justiça.

A luta de Sojourner Truth inspira a continuação desse trabalho para que todas as mulheres, independentemente de sua raça, sejam vistas, ouvidas e celebradas.

4. LÉLIA GONZÁLEZ: UMA PENSADORA BRASILEIRA

Em seu livro "Por um feminismo afro-latino-americano", Lélia Gonzalez[10] discute como a estética e a tentativa de embranquecimento afetam a mulher negra. A autora critica a pressão sobre as mulheres negras para se conformarem aos padrões de beleza eurocêntricos. Ela argumenta que essa pressão é uma forma de racismo e uma tentativa de negar a identidade e a cultura negra.

Em suas palavras:

[9] A teoria da interseccionalidade foi desenvolvida por Kimberlé Crenshaw, e é útil para entender como diferentes formas de opressão (como racismo e sexismo) se sobrepõem e impactam as vidas das mulheres negras de maneiras únicas.

[10] Lélia Gonzalez foi uma intelectual, autora, ativista, professora, filósofa e antropóloga brasileira. É uma referência nos estudos e debates de gênero, raça e classe no Brasil, América Latina e pelo mundo, sendo considerada uma das principais autoras do feminismo negro no país.

> "Mas o aspecto que nos interessa aqui é o do modelo estético ocidental (branco) que nos foi imposto como superior ideal a ser atingido. Por isso mesmo nós, negras e negros, éramos sempre vistos como o oposto daquele modelo através do reforço pejorativo das nossas características físicas: cabelo ruim, nariz chato ou fornalha, beiços ao invés de lábios, tudo isso resumido na expressão "feições grossas ou grosseiras". E quantos de nós se deixaram enganar por tudo isso, acreditando realmente que ser negro é ser feio, inferior, mais próximo do macaco do que do homem (branco, naturalmente). E a ideologia do branqueamento estético destilou o seu veneno mortal não apenas no interior da comunidade negra, mas no falseamento da nossa própria história. De repente, a rainha Cleópatra (que era negra) aparece nos filmes de Hollywood sob a imagem de Elizabeth Taylor; e, bem nos dias de hoje, a televisão brasileira imprime em nossas mentes a imagem de uma Dona Beja (cujo pai foi um escravo forro e, portanto, negro) quase loira e de olhos claros… (GONZALEZ, 2020, p. 224)".

Lélia também aborda a questão da interseccionalidade, mostrando como as experiências de opressão das mulheres negras são únicas devido à combinação de racismo e sexismo. A autora faz uma dura crítica ao atraso dos movimentos feministas brasileiros, que são liderados por mulheres brancas de classe média:

> "É interessante observar, nos textos feministas que tratam da questão das relações de dominação homem/mulher, da subordinação feminina, de suas tentativas de conscientização etc., como existe uma espécie de discurso comum com relação às mulheres das camadas pobres, do subproletariado, dos grupos oprimidos. Em termos de escritos brasileiros sobre o tema, percebe-se que a mulher negra, as famílias negras — que constituem a grande maioria dessas camadas — não são caracterizadas como tais. As categorias utilizadas são exatamente aquelas que neutralizam a questão da discriminação racial, do confinamento a que a comunidade negra está reduzida. Por aí se vê o quanto as representações sociais manipuladas pelo racismo cultural também são internalizadas por um setor, também discriminado, que não se apercebe de que, no seu próprio discurso, estão presentes os velhos mecanismos do ideal de branqueamento, do mito da democracia racial. Nesse sentido, o atraso político dos movimentos feministas brasileiros é flagrante, na medida em que são liderados por mulheres brancas de classe média. Também aqui se pode perceber a necessidade de denegação do racismo. O discurso é predominantemente de esquerda, enfatizando a importância da luta junto ao empresariado, de denúncias e reivindicações específicas. Todavia, é impressionante o silêncio com relação à discriminação racial. Aqui também se percebe a necessidade de tirar de cena a questão crucial: a libertação da

> mulher branca tem sido feita às custas da exploração da mulher negra (GONZALEZ, 2020, p. 35)".

Gonzalez também celebra as mulheres negras que resistem a essas pressões e afirmam sua identidade através da valorização de sua estética natural. Isso inclui o uso de penteados afro, o reconhecimento da beleza da pele negra e a rejeição de práticas que tentam modificar essas características. Gonzalez via a "Noite da Beleza Negra"[11] como um ato de resistência cultural contra a marginalização e o racismo:

> "O que conta para ser uma Negra Ilê é a dignidade, a elegância, a articulação harmoniosa do trançado do cabelo com o traje, o dengo, a leveza, o jeito de olhar ou de sorrir, a graça do gesto na quebrada de ombro sensual, o modo doce e altaneiro de ser etc. E se a gente atentar bem para o sentido de tudo isso, a gente saca uma coisa: a Noite da Beleza Negra é um ato de descolonização cultural (GONZALEZ, 2020, p. 197)".

5. EDUCAÇÃO ANTIRRACISTA: CAMINHOS ABERTOS PELA LEI 10.639/2003

Tendo em vista tratar-se de uma denúncia estrutural na sociedade ocidentala educação antirracista é essencial para promover a inclusão de todos em suas subjetividades e construir um mundo onde a diversidade é valorizada, o preconceito é combatido e a justiça social é uma realidade para todos.

A Lei 10.639/2003 (BRASIL, 2003), é um marco importante na promoção da educação antirracista no Brasil. Ela determina a obrigatoriedade do ensino da história e cultura afro-brasileira e africana nas escolas públicas e particulares, em todos os níveis de ensino. Essa lei representa um avanço significativo na luta contra o racismo estrutural, proporcionando o reconhecimento e a valorização da contribuição dos povos africanos e afrodescendentes para a formação da sociedade brasileira (ARAUJO, 2021).

[11] A Noite da Beleza Negra, tradicional festa que acontece há mais de quatro décadas e é responsável por eleger a Deusa do Ébano do bloco afro Ilê Aiyê, teve o processo de patrimonialização como bem cultural imaterial do estado da Bahia aprovado pelo Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural da Bahia (IPAC).

Petronilha Beatriz Gonçalves e Silva[12] foi a relatora da comissão que regulamentou a lei, e falou sobre a sua experiência em participar do processo:

> "Quando cheguei ao conselho, uma medida que eu pude tomar foi a de discutir com lideranças do movimento negro, com pessoas negras, que fossem ligadas ao movimento social ou não, para que manifestassem o que elas esperavam do conselho. Eu entendia que o meu papel era explicar a função do Conselho Nacional de Educação, que é justamente o de explicitar, regulamentar e criar condições para que se entenda, e se aplique, o que está estabelecido na lei maior da educação nacional (Lei 9.394/96), e isso só pode ser feito conversando com pessoas (JORNAL DA USP, 2022)."

A implementação efetiva dessa lei envolve uma série de ações, como a formação de professores para abordarem de forma adequada esses conteúdos em sala de aula, a produção de materiais didáticos que reflitam a diversidade étnico-racial do país, e a promoção de debates e atividades que estimulem a reflexão sobre as relações raciais e a desconstrução de estereótipos e preconceitos (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2006).

Além disso, é fundamental que a educação antirracista vá além do cumprimento da legislação, permeando todas as dimensões do ambiente escolar e contribuindo para a construção de uma sociedade mais justa e igualitária. Isso implica em políticas de inclusão, combate ao racismo institucional, promoção da igualdade de oportunidades e valorização da diversidade em todas as suas formas.

A educação antirracista pode desempenhar um papel vital em mudar esse cenário racista na indústria dos cosméticos de várias maneiras, alguns exemplos são: O desenvolvimento de produtos inclusivos, marketing e publicidade responsáveis e o treinamento e sensibilização de funcionários.

---

[12] Petronilha Beatriz Gonçalves e Silva, doutora em Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), pós-doutora em Ciências Humanas pela University Of South Africa, Unisa, África do Sul, e atualmente professora da Universidade Federal de São Carlos (Ufscar), foi a relatora da comissão que regulamentou a lei, estabelecendo as Diretrizes Curriculares Nacionais para Educação das Relações Étnico-Raciais e para o Ensino de História e Cultura Afro-Brasileira e Africana. Ela foi indicada pelo Conselho Nacional de Educação (CNE) pelo movimento negro.

Uma força de trabalho educada sobre a importância da diversidade e da inclusão pode ajudar as empresas de cosméticos a criar produtos que atendam às necessidades de todos os tipos de pele e cabelo. Isso inclui bases com uma gama ampla de tons, produtos específicos para cuidados com o cabelo crespo e cacheado, entre outros (SACHETO, 2023).

A educação antirracista pode sensibilizar os profissionais de marketing sobre a necessidade de campanhas inclusivas que representem a diversidade racial de maneira positiva e não estereotipada (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES, 2022). Isso inclui a utilização de modelos negros em campanhas publicitárias de maneira que celebre a beleza negra.

Programas de treinamento antirracista dentro das empresas podem ajudar a criar um ambiente de trabalho mais inclusivo e consciente das questões raciais, contribuindo para a retenção de talentos diversos e a promoção de uma cultura corporativa equitativa (NÓR, 2022).

Sendo assim, percebe-se que a implementação da Lei 10.639/2003 é um passo fundamental para combater o racismo estrutural na sociedade brasileira.

Nas palavras de Waldete Tristão[13]:

> "Uma educação antirracista compreende que vivemos em uma sociedade onde desde muito cedo todas as crianças, negras e brancas, fazem um curso de racismo. Desde muito pequenininhas, as crianças negras aprendem que têm uma cor. As crianças brancas, por outro lado, crescem num ambiente em que percebem que a cor não é tratada, mas acreditam numa suposta superioridade. Isso precisa ser enfrentado." (TRISTÃO, 2022)

Ao incluir a história e cultura afro-brasileira no currículo escolar, os estudantes podem aprender sobre a importância das contribuições africanas e afro-brasileiras para a formação da sociedade, o que ajuda a combater a invisibilidade histórica e cultural de negros no Brasil (ROSA, 2023). Conhecer a história e as contribuições dos seus antepassados pode ser uma fonte de orgulho e empoderamento para os jovens negros, ajudando a combater a discriminação e a promover a autoestima.

[13] Waldete Tristão é doutora em educação pela Universidade de São Paulo (USP) e consultora em educação e relações raciais no Centro de Estudos das Relações de Trabalho e Desigualdades (CEERT).

Portanto, a educação antirracista pode formar cidadãos mais críticos e conscientes das desigualdades raciais, capazes de lutar por mudanças sociais e políticas que promovam a justiça racial.

CONCLUSÃO

Conclui-se que reconhecer a interseccionalidade entre o racismo e o feminismo na indústria dos cosméticos é crucial para promover uma representação justa e equitativa, combater discriminações e estereótipos, e garantir que as necessidades e aspirações das mulheres negras racializadas sejam plenamente atendidas. Isso não apenas beneficia as consumidoras, mas também fortalece a indústria como um todo, tornando-a mais inclusiva, diversa e inovadora.

A interseccionalidade garante que as necessidades e preferências específicas das mulheres negras sejam consideradas na criação e no marketing de produtos cosméticos. Isso inclui a criação de produtos que atendam a uma variedade de tons de pele e tipos de cabelo, muitas vezes negligenciados pela indústria.

Reconhecer a interseccionalidade ajuda a combater estereótipos raciais e sexistas na publicidade e no marketing de cosméticos, como a luta contra a perpetuação de ideais de beleza eurocêntricos e a promoção de uma visão mais inclusiva e diversa da beleza.

Na luta por justiça e igualdade, também é imprescindível reconhecer a interseccionalidade para abordar as desigualdades sistêmicas que afetam as mulheres negras na indústria dos cosméticos. Isso inclui combater práticas discriminatórias e promover a igualdade de oportunidades.

Sem a perspectiva interseccional, políticas e práticas feministas podem falhar em abordar as necessidades específicas de mulheres de diferentes grupos raciais. Portanto, a análise interseccional permite que feministas brancas compreendam e reconheçam seus próprios privilégios raciais. Isso é essencial para construir solidariedade e alianças mais autênticas e igualitárias entre mulheres de diferentes origens raciais. Muitas vezes, as vozes e as experiências de mulheres negras e de outras minorias são marginalizadas dentro do movimento feminista. A interseccionalidade garante que essas vozes sejam ouvidas e que suas lutas específicas sejam visibilizadas, promovendo uma representação mais justa e equitativa.

A interseccionalidade promove a educação e conscientização sobre as complexidades das identidades sociais e as múltiplas formas de discriminação. Isso é crucial para desmantelar preconceitos e estereótipos que perpetuam a opressão.

Sendo assim, reconhecer a interseccionalidade entre o racismo e o feminismo é crucial para a justiça social. Ele permite um entendimento mais profundo das desigualdades e fornece uma base para a criação de um movimento feminista mais inclusivo e eficaz, capaz de combater todas as formas de opressão e promover a igualdade para todas as mulheres.

REFERÊNCIAS

ABIHPEC. A Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. Disponível em: https://abihpec.org.br/site2019/wp-content/uploads/2023/01/Panorama_do_-Setor-Atualizacao_21-07-23_.pdf. Acesso em: 11 Junho 2024.

ABIHPEC. A Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. Disponível em: https://abihpec.org.br/site2019/wp-content/uploads/2023/01/Panorama_do_-Setor-Atualizacao_21-07-23_.pdf. Acesso em: 11 Junho 2024.

ARAUJO, L. A Lei 10639 e sua maior idade. Há o que se comemorar?. Revista Docência e Cibercultura, [S. l.], v. 5, n. 2, p. 279–294, 2021. DOI: 10.12957/redoc.2021.57479. Disponível em: https://www.e-publicacoes.uerj.br/re-doc/article/view/57479. Acesso em: 6 maio. 2024.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES. Diversidade e Representação. Disponível em: https://aba.com.br/wp-content/uploads/2022/05/Guia_ABA_de_Diversidade_e_Representacao_vf.pdf . Acesso em: 17 junho 2024.

BARNES, R. Darkology: The Hidden History of Amateur Blackface Minstrelsy and the Making of Modern America, 1860-1970. Doctoral dissertation, Harvard University, Graduate School of Arts & Sciences, 2016.

BRASIL 2003. Lei nº 10639. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/L10639.htm>.

FENTY Beauty by Rihanna | Beauty for All. Disponível em: https://fentybeauty.com/en-br. Acesso em: 6 maio 2024.

FERREIRA, R. A historicidade do blackface não é a absolvição do racismo que carrega. Disponível em: https://www.jusbrasil.com.br/artigos/a-historicidade-do-blackface-nao-e-a-absolvicao-do-racismo-que-carrega/476057948. Acesso em: 6 maio 2024.

GOLLORIA GEORGE VÍDEO: TIKTOK - Make Your Day. Disponível em: https://www.tiktok.com/@golloria/video/7283587716787211551. Acesso em: 6 maio 2024.

GONZALEZ, L. Por um Feminismo Afro-Latino-Americano: Ensaios, Intervenções e Diálogos, pg. 224. Rio Janeiro: Zahar, 2020.

GONZALEZ, L. Por um Feminismo Afro-Latino-Americano: Ensaios, Intervenções e Diálogos, pg. 35. Rio Janeiro: Zahar, 2020.

GONZALEZ, L. Por um Feminismo Afro-Latino-Americano: Ensaios, Intervenções e Diálogos, pg. 197. Rio Janeiro: Zahar, 2020.

GUIMARÃES, C. O 'case' Rihanna no mundo dos negócios | VEJA Gente. 21 fev. 2022. Disponível em: https://veja.abril.com.br/coluna/veja-gente/o-case-rihanna-no-mundo-dos-negocios#google_vignette. Acesso em: 6 maio 2024.

JOHNSON, A. Here's Why YouthForia's Foundation Is Facing Criticism For Allegedly Being 'Tar In A Bottle'. 3 maio 2024. Disponível em: https://www.forbes.com/sites/ariannajohnson/2024/05/03/heres-why-youthforias-foundation-is-facing-criticism-for-allegedly-being-tar-in-a-bottle/?sh=389ee1b05b9e. Acesso em: 6 maio 2024.

JORNAL DA USP. Especial – Lei 10.639 – Há quase 20 anos, uma lei na educação tenta mudar o quadro do racismo no Brasil. Disponível em: https://jornal.usp.br/diversidade/especial-lei-10-639-ha-quase-20-anos-uma-lei-na-educacao-tenta-mudar-o-quadro-do-racismo-no-brasil/. Acesso em: 6 maio 2024.

LA FEC – FUNDACIÓN POR LA EUROPA DE LOS CIUDADANOS. Schools Of Participation And Inclusion For Women's Empowerment. Disponível em: https://lafec.org/wp-content/uploads/2021/10/PROGRAMACION-DIDACTICA-INGLES-2.pdf. Acesso em: 11 Junho 2024.

LAB, G. "Premiação fez meu trabalho ser reconhecido e me deu muitas oportunidades", diz vencedor do Prêmio Avon de Maquiagem. Disponível em: <https://revistamarieclaire.globo.com/Publicidade/Avon/noticia/2019/08/premiacao-fez-meu-trabalho-ser-reconhecido-e-me-deu-muitas-oportunidades-diz-vencedor-do-premio-avon-de-maquiagem.html>. Acesso em: 11 jun. 2024.

LAGE, M., PERDIGÃO, D., PENA, F., e SILVA, M. PRECONCEITO MAQUIADO: O RACISMO NO MUNDO FASHIONISTA E DA BELEZA. Revista Pensamento Contemporâneo em Administração, 10(4), 47-62. Disponível em: https://www.redalyc.org/pdf/4417/441749113005.pdf. Acesso em: 11 Junho 2024.

LAGE, M., PERDIGÃO, D., PENA, F., e SILVA, M. PRECONCEITO MAQUIADO: O RACISMO NO MUNDO FASHIONISTA E DA BELEZA. Revista Pensamento Contemporâneo em Administração, 10(4), 47-62. Disponível em: https://www.redalyc.org/pdf/4417/441749113005.pdf. Acesso em: 11 Junho 2024.

MACHADO, A. Padrões de beleza restritivos causam sofrimento a mulheres — Humanista. Disponível em: https://www.ufrgs.br/humanista/2018/05/24/padroes-de-beleza-restritivos-causam-sofrimento-a-mulheres/. Acesso em: 6 maio 2024

MARIE CLAIRE. Pesquisa revela que 70% das mulheres negras estão insatisfeitas com o mercado de beleza. Disponível em: https://revistamarieclaire.globo.com/Beleza/noticia/2020/11/pesquisa-revela-que-70-das-mulheres-negras-estao-insatisfeitas-com-o-mercado-de-beleza.html. Acesso em: 11 Junho 2024.

MEMMI, A. Retrato do colonizado precedido de retrato do colonizador, pg. 162 e 163. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Orientações e Ações para a Educação das Relações Étnico-Raciais. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/orientacoes_etnicoraciais.pdf. Acesso em: 6 maio 2024.

NÓR, B. Empresas antirracistas: como avançar na inclusão de pessoas negras. Disponível em: https://vocerh.abril.com.br/diversidade/empresas-antirracistas-como-avancar-na-inclusao-de-pessoas-negras. Acesso em: 17 junho 2024.

REDACCIÓN LOS ANDES. Critican a una marca de maquillaje por crear una base para personas de color que parece “pintura negra” | Por las redes. 2 maio 2024. Disponível em: https://www.losandes.com.ar/por-las-redes/critican-a-una-marca-de-maquillaje-por-crear-una-base-para-personas-de-color-que-parece-pintura-negra/. Acesso em: 6 maio 2024.

REVISTA GLAMOUR. 'Ten minha cor?': Tássio Santos lança livro que analisa o mercado brasileiro de maquiagem sob a perspectiva racial. Disponível em: https://glamour.globo.com/beleza/noticia/2024/04/tem-minha-cor-tassio-santos-lanca-livro.ghtml. Acesso em: 6 maio 2024.

ROSA, R. Disponível em: https://educacaopublica.cecierj.edu.br/artigos/23/3/inclusao-da-cultura-afro-brasileira-na-educacao. Acesso em: 17 junho 2024.

SACHETO, F. Diversidade e Inclusão no Mundo dos Cosméticos. Disponível em: https://www.florus.com.br/blog/diversidade-e-inclusao-no-mundo-dos-cosmeticos. Acesso em: 17 junho 2024.

SANTOS, J. AFROCONSUMO: Práticas Socioculturais Da Negritude. Disponível em: https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/267382/001187720.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 11 Junho 2024.

SCHOPF, S. “White, White, White, Black: How U.S. Vogue Balances Diversity and Homogeneity”, Boston College, 2016. http://hdl.handle.net/2345/bc-ir:106844.

SOARES, C. Mais que um nicho: o que as buscas por maquiagem feitas por mulheres negras nos mostram? Disponível em: https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/tendencias-de-consumo/tendencias-de-comportamento/mais-que-um-nicho-o-que-as-buscas-por-maquiagem-feitas-por-mulheres-negras-nos-mostram/. Acesso em: 6 maio 2024.

TRISTÃO, W. Organização Criança Livre De Trabalho Infantil. O que é educação antirracista?. Disponível em: https://livredetrabalhoinfantil.org.br/o-que-e-educacao-antirracista. Acesso em: 17 junho 2024.

TRUTH, S. “Eu não sou uma mulher?” Tradução Osmundo Pinho. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/e-nao-sou-uma-mulher-sojourner-truth/>. Acesso em: 11 Junho 2024.

TRUTH, S. Eu não sou uma mulher? Rio de Janeiro: Imã Editorial Ltda, 2020.