

ENIGMA

recortes de jornais e revistas

R. Libero Badaró, 306 - 6º - Cj. 04 - Tel.: 3242-1855 - Telefax: 3241-1895
e-mail: enigmarecortes@bol.com.br

RECORTES DE AGORA SÃO PAULO - SÃO PAULO-SP

DATA 29 AGO 2004

CADERNO/PÁGINA PRIMEIRO CADERNO/A-11

COLUNA _____

CONSUMO

"Negro é lindo" Classe média negra não quer só creme e xampu

O slogan "negro é lindo" parece ter saído dos movimentos militantes para impulsionar a indústria cosmética brasileira. Os recentes lançamentos de produtos específicos para consumidores negros confirmam essa tendência. A crescente classe média negra brasileira, entretanto, ainda não conseguiu ultrapassar a barreira da invisibilidade em outros segmentos. A pouca representatividade de afrodescendentes na linha de propagandas para consumidores da classe A e B

não chega a ser um fato novo, mas, com 14% de negros e pardos entre a parcela mais rica da população brasileira, o poder de influência desse mercado começa a aparecer. Embora os dados específicos sobre o consumo da população negra sejam precários, o publicitário Luis Grottera, da agência TBWA, acha que ele é subestimado. Publicitários e multinacionais do ramo de beleza se desdobram para cortejar esse mercado. A Johnson & Johnson planeja o lançamento de um protetor solar para pele negra. (FSP)

Ana Carolina Fernandes/Folha Imagem



Vendedora da marca Coisa de Crioulo exhibe camiseta