

## **Mídia e construção da identidade da mulher negra: a revista Raça<sup>1</sup>**

Dra. Maria Luiza Martins de Mendonça<sup>2</sup>.

Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás.

**Resumo:** As noções de multiculturalismo e de distinção cultural, que há alguns anos acompanham as discussões sobre as identidades coletivas e as ações afirmativas de grupos discriminados tomam novos rumos quando avaliadas sob a perspectiva da noção de mercado como a grande instituição capaz de abrigar todas as diferenças culturais. Este trabalho aborda, de forma crítica, algumas tendências construção de identidade e de diferenciação social a partir da análise das propostas encontradas em uma revista dedicada a um grupo étnico (revista *Raça*).

**Palavras-chave:** mídia, identidade, minoria, mercado.

### **1. Mídia e construção de sentidos: identidade e representação da realidade**

Este texto é parte de um projeto de pesquisa que objetiva compreender a relação entre a relação entre os diferentes meios de comunicação e os movimentos organizados da sociedade e as estratégias comunicativas que movimentos sociais e organizações do Terceiro Setor vêm adotando para conseguir colocar seus discursos na agenda pública. Ao longo de alguns anos a pesquisa voltou-se mais para as estratégias comunicativas adotadas por diferentes organizações, em busca de identificar as práticas comunicativas mais eficazes para colocar novos temas e atores no cenário político e, conseqüentemente, a sua relação com os meios de comunicação<sup>3</sup>.

Em vários movimentos e organizações sociais as questões relativas à construção de identidades e representação de identidades apresentam-se como eixos em torno dos quais se definem as estratégias comunicativas. Nesse caso específico, a pesquisa dirigiu seu foco para discursos midiáticos dirigidos à comunidade negra, em que a temática étnica é o ponto de partida para construções de sentido e agenciamentos subjetivos.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao NP Comunicação para Cidadania, do XXIX Congresso da Intercom.

<sup>2</sup> Doutora em comunicação, pesquisadora na área de comunicação e representação de minorias. E-mail: [ma.luiza@terra.com.br](mailto:ma.luiza@terra.com.br). Colaborou com esta pesquisa Waléria dos Santos Wenceslau, bolsista de PIBIC/CNPq.

<sup>3</sup> Mendonça, M.L. M. Processos comunicativos e subjetividade: desafios para o Terceiro Setor. In: *Comunicação e Política*, v. 22, n.3 set./dez 2004.

Com o objetivo de identificar os discursos sobre e para o segmento negro da sociedade, foi avaliada a publicação e *Raça*<sup>4</sup>, que neste ano completa 10 anos de existência, tentando avaliar os agenciamentos discursivos capazes de funcionar como elementos de constituição ou reforço de identidades para a mulher negra e sua coerência (ou não) para o fortalecimento das demandas propostas do movimento negro no Brasil<sup>5</sup>. Se o indivíduo de pele negra é vítima de discriminação, a mulher o é duplamente: por ser negra e por ser mulher, o que torna ainda mais pertinente as análises e pesquisas destinadas a questionar o papel que a grande mídia lhes oferece ou destina.

A perspectiva teórica aqui adotada parte do pressuposto que a esfera da produção e circulação de sentidos, o campo da produção simbólica, é um espaço extremamente importante para o desenrolar das lutas contra-hegemônicas. É nessa arena que os diferentes grupos sociais tentam fazer circular seus discursos, elaborar seus significados e torná-los legítimos perante o próprio grupo e perante a sociedade de forma mais ampla. Esta perspectiva analítica permite assumir a existência, especificamente no âmbito das práticas discursivas, da mesma luta pela fixação dos significados sociais que se situa em toda a esfera da produção cultural e simbólica, conferindo dinamismo às formações discursivas. A partir de então, pode-se pensar a inserção dos discursos no interior da formação discursiva tanto como reprodução, a partir do momento em que as falas individuais repetem fórmulas consensuais ou refletem o ideário hegemônico; como também prever a possibilidade teórica do surgimento das práticas discursivas discordantes ou contestadoras, que podem transformar os significados periféricos ou inaceitáveis em legítimos e incorporá-los à formação discursiva.

Assim, os discursos construídos para negros ou sobre negros<sup>6</sup> acabam por tornar-se importantes indicadores sobre as formas como está sendo pensada e colocada na esfera pública o debate sobre a inserção social dessa parcela da população brasileira.

---

<sup>4</sup>Publicação mensal da editora Símbolo. De acordo com dados obtidos no *site* da editora a revista tem uma tiragem de 38 mil exemplares e identifica seu público como masculino e feminino pertencente às classes A, B e C, entre 20 e 40 anos.

<sup>5</sup> O movimento negro não é novo no Brasil. Ao longo dos séculos as comunidades negras sempre se constituíram e experimentaram formas diferentes de lutas, de resistência e de reivindicações. Tal como existe hoje, mais organizado, atuante em várias esferas da sociedade, é fruto de organizações que ressurgiram na esteira da redemocratização do país, na década de 1970 e 1980. Mas, não se pode, com precisão, falar de um único movimento negro no Brasil. Existem tendências, abordagens e estratégias de ação suficientemente diferenciadas para que se pense em unidade, entretanto pode-se perceber que a maioria deles valoriza as perspectivas “resistentes”, identitárias e afirmativas.

<sup>6</sup> De forma semelhante, não se pode falar em negros, abstratamente, mas em parcelas específicas da população negra que possuem desejos, necessidades e formas de articulação política diferentes.

Nesse contexto são dois os conceitos principais que norteiam essa análise: o de campo simbólico como arena de embates sociais e o da comunicação como construção se significados, como elemento de configuração de identidades e de legitimação reconhecimento públicos.

Em relação aos processos de construção e de reafirmação de identidades, a atuação dos *media*, ao longo dos anos, aumentou sua penetração nas sociedades, sua importância no conjunto da produção cultural e impôs seu ritmo acelerado na construção do imaginário social. Enquanto nas sociedades tradicionais, a dinâmica cultural era mais lenta, e “o imaginário social derivava de uma prolongada sedimentação e decantação dos estoques simbólicos que davam identidade a uma determinada sociedade, (hoje) a temporalidade contemporânea impõe seu ritmo também ao movimento do imaginário”.<sup>7</sup>

Essa aceleração do movimento da esfera simbólica reflete-se nos processos de construção de identidades, pois elas se constroem em referência a múltiplos contextos, nas relações sociais mais amplas e nas representações sociais fornecidas pelo mundo simbólico. Ao difundir padrões culturais identificados com o crescimento dos mercados, ao diluir fronteiras geográficas e territoriais pela difusão de padrões culturais transnacionais, ao promover valores que se destacam pelo imediatismo e fugacidade, ao privilegiar a atualidade em detrimento da experiência e da memória, ao desestimular processos coletivos em favor de um individualismo que é a marca dos tempos atuais, a produção midiática acaba permeando a cultura com elementos cuja lógica é a do mercado e da acumulação e propiciando o surgimento de identificações precárias e provisórias e de práticas cotidianas cujas origens são muitas vezes estranhas à realidade vivida.

Para Muniz Sodré<sup>8</sup> a comunicação não apenas nomeia o mundo, mas o institui. Ela é capaz de criar a realidade. É a partir de conteúdos simbólicos que se constrói o imaginário dos indivíduos e, conseqüentemente, da sua realidade. Construimos a nossa realidade da maneira como a enxergamos e a vivenciamos no nosso dia a dia e socialmente, isto é, a partir de tudo aquilo que é perceptível, não apenas da materialidade física, mas também, do que é sensorial, das impressões, do pensamento e da imaginação. É o campo simbólico que fornece as indicações sobre o que é possível o que não é, o que é certo, justo, bom, belo, desejável, e também tudo o que for o contrário disso. Ao atuar na edificação do simbólico

---

<sup>7</sup> Albino Rubim. Comunicação política e sociabilidade contemporânea. p.42.

<sup>8</sup> Sodré, Muniz. O Globalitarismo como neobarbarie. In: Moraes, Denis (org.) *Por uma outra comunicação*.

os conteúdos midiáticos atuam, simultaneamente, na edificação das representações sociais. Apresentam uma visão de mundo e uma elaboração da realidade que, de certa maneira, é incorporada pelos indivíduos e introduzida na sua concepção de existência, fazendo com que os significados transmitidos sejam diferencialmente assimilados e facilitando (ou dificultando) os processos de identificação. Pode-se dizer que a profusão de imagens e significados que circulam na sociedade contemporânea interfere na constituição do imaginário das pessoas seduzindo-as e induzindo-as a compartilhar de uma mesma visão de mundo. A realidade percebida, os comportamentos, condutas e possibilidades são modelados pelos discursos midiáticos, não de uma forma impositiva, mas de forma multidimensional, que incidem em múltiplos níveis da consciência e percepção humana. Apesar de não se poder falar em determinação, em manipulação, o funcionamento da mídia atua no sentido de reforçar e reafirmar padrões da cultura hegemônica.

O processo de seleção e de escolha do que vai ou não ser divulgado, a ênfase em determinados aspectos ou assuntos, a escolha dos temas a serem representados, a omissão ou camuflagem de certas imagens, a representação positiva ou negativa de fatos ou imagens, revelam as opções por determinadas perspectivas políticas ao invés de outras. Sim, o processo seletivo é um processo do qual o elemento político não pode ser afastado ou desconhecido, uma vez que a visibilidade de certos temas implica a invisibilidade de muitos outros. No caso da população negra brasileira, a questão da presença/ausência de indivíduos negros na grande mídia, seja ela impressa, audiovisual ou eletrônica, deve ser considerada minimamente nessas duas dimensões: a da política de invisibilidade e a do tratamento que lhe é dado.

Nesse ponto surgem as perguntas: é possível articular discursos contra-hegemônicos a partir de dentro da própria indústria cultural? Como se constroem? Que tipos de agenciamentos identitários podem produzir? Como propõem a inserção de grupos discriminados? Que discursos podem ser identificados por detrás das narrativas midiáticas?

Para avaliar uma das formas se dá visibilidade à questão racial e aos interesses particulares da comunidade negra no Brasil, a pesquisa dedicou-se a analisar a revista *Raça Brasil*, publicação feita por e para indivíduos negros, a partir de matérias publicadas nos últimos doze meses (junho 2005 a maio 2006) tentando identificar as formas como representa e interpela a mulher negra.

## 2. Operadores de leitura

Para esse desvendamento do implícito das revistas tarefa pretende-se utilizar as indicações teóricas fornecidas por Bakhtin<sup>9</sup> e as contribuições da Análise do Discurso. Bakhtin desenvolve conceitos como o de “interação dialógica” e aponta para a importância de se atentar para a natureza social das falas, ou a presença, nos discursos, de “forças sociais organizadas”. Sua perspectiva considera a existência de uma certa homogeneidade nos discursos produzidos dentro de um determinado grupo, mesmo apesar da individualidade das falas que, além de lhes assegurar a inteligibilidade também revela a seleção, captura e integração aos discursos de certos elementos da realidade e da experiência social. Esta concepção permite apreender os discursos como expressão do “local social da fala” e, mais ainda, permite deslocar a luta social dos cenários econômicos e políticos e situá-la também no plano da cultura e dos enunciados, pois o poder político está associado à capacidade de fazer os seus próprios termos aqueles que circulam mais amplamente na sociedade.

Assim, a construção dos discursos, bem como sua compreensão, deve-se inscrever em um quadro mais amplo em que se situam as diversas idéias de uma determinada época: “A situação social mais imediata e o meio social mais amplo determinam completamente e, por assim dizer, a partir do seu próprio interior, a estrutura da enunciação”.<sup>10</sup> Nesse caso, trata-se de localizar os conteúdos veiculados em um contexto temporal de início do século XXI, em que os debates sobre o multiculturalismo e sobre as diferenças de todos os tipos povoam a esfera pública.

Eni Orlandi, em trabalhos de cunho metodológico, afirma que “o lugar social do falante e do ouvinte, o lugar social da produção do texto, a forma de distribuição do texto, o valor da revista como parte do mecanismo da indústria cultural, tudo isso significa”... e “mais do que informações um texto está cheio de sentidos, e, no caso da indústria cultural, mais do que informações, existe a persuasão, o nivelamento da opinião e a ideologia do sucesso”<sup>11</sup>. Prosseguindo, a autora afirma que “compreender, na perspectiva discursiva, não é, pois, atribuir um sentido, mas conhecer os mecanismos pelos quais se põe em jogo determinado processo de significação”.<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup> Bakhtin, Mikhail. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. S. Paulo: Hucitec, 1979.

<sup>10</sup> Bakhtin. M. Op. Cit. p.99

<sup>11</sup> Orlandi, E. *A linguagem e seu funcionamento*. Campinas: Pontes, 1996, p.56.

<sup>12</sup> op. cit. 1996, p.117.

Esta proposta permite assumir a existência, especificamente no âmbito das práticas discursivas, da mesma luta pela fixação dos significados sociais que se situa em toda a esfera da produção cultural e simbólica, conferindo dinamismo às formações discursivas. A partir de então, pode-se pensar a inserção dos discursos no interior de uma formação discursiva tanto como reprodução, a partir do momento em que as falas individuais repetem fórmulas consensuais ou refletem o ideário hegemônico; como também prever a possibilidade teórica do surgimento de práticas discursivas discordantes ou contestadoras, que podem transformar os significados periféricos ou inaceitáveis em legítimos e incorporá-los à formação discursiva. E é isso, por exemplo, que têm feitos muitos dos grupos e movimentos sociais que lutam por transformações sociais, ao colocar na agenda social temas e discussões antes marginais ou impensáveis. Compreender os discursos implica, desse modo, relacioná-los criticamente ao contexto sociocultural e histórico que permitiu a sua configuração atual.

Para que se possa ter esse tipo de visão das revistas, como já foi dito, a análise será feita a partir da noção de discurso, considerando-o repleto de significados histórico-culturais. Como objeto de análise sobre o discurso de/para comunidade negra a revista *Raça Brasil* foi escolhida também por não pertencer e não se intitular porta-voz de nenhum movimento específico, identificando-se mais com a generalidade das indústrias culturais.

A revista surgiu em 1996, dirigida ao público negro. Segundo a própria classificação da revista<sup>13</sup>, seus leitores são “supervaidosos, se auto-afirmam por meio da aparência, consomem tudo do mercado de moda e beleza. Querem saber mais sobre beleza e conhecer produtos específicos para seu cabelo e pele. Necessitam elevar e conservar a auto-estima”. Assim, ela dirige-se a “leitores urbanos que querem ser informados sobre tudo relacionado à comunidade. Querem conhecer seus ídolos da música, do cinema e também interessam-se por temas político-sociais”. São pessoas que “já conquistaram um alto poder de consumo, são exigentes, sempre querendo o melhor”.

Apesar de afirmar que se dirige ao público masculino e feminino o formato visual da revista, a diagramação, as matérias sobre comportamento, os editoriais de moda e atualidades a aproximam imensamente das revistas dedicadas exclusivamente ao público feminino, como *Nova* e *UMA* (esta última da mesma editora). Assim, a primeira revelação

---

<sup>13</sup> [www.racabrasil.uol.com.br](http://www.racabrasil.uol.com.br). Acessado em 19 de março de 2006.

é a que a revista dirige-se à mulher que vive nas cidades, que participa da vida urbana e que constitui, de fato, o segmento principal da revista. Essa informação fez com que a pesquisa desviasse o foco inicial da avaliação para a representação exclusiva do feminino e das condições de vida e trabalho da mulher nos centros urbanos, onde mais se evidencia sua tentativa de equiparação com os homens, de conquista da independência, de igualdade entre homens e mulheres, de igualdade racial. É na complexidade e nos significados que emergem e são próprios do ambiente urbano que as mulheres ditas “modernas”, negras ou não, se encontram representadas.

Após um primeiro contato com a publicação algumas categorias de análise se revelaram pertinentes, entre elas as relações que as mulheres estabelecem e que podem ser significativas para a compreensão dos discursos a ela destinados (as interpelações que lhe são feitas) assim como o não dito dos textos. Foram avaliadas as relações com o trabalho, com a diferença, com a moda e a beleza, com o sucesso. Nas chamadas de capa e nas seções fixas<sup>14</sup>, como comportamento, por exemplo, esses são temas recorrentes.

Essas relações foram escolhidas tendo em vista a importância que revelam para os processos de construção e afirmação de identidades: a categoria o trabalho foi escolhida por ser uma determinante nas transformações possíveis que pode provocar nessas outras relações, uma vez que a independência econômica traria, teoricamente, uma independência em relação aos outros laços que prendem a mulher na teia familiar, sob muitos aspectos ainda repleta de obrigações e deveres tradicionais. Por outro lado, as relações de trabalho ainda são frequentemente denunciadas como ocasiões de discriminação.

Em relação à diferença, a categoria foi incluída por estar presente em várias matérias e edições. São mencionados casamentos entre pessoas de crenças religiosas diferentes, as diferenças físicas existentes entre irmãos (diferenças de cor de pele), entre meninos e meninas, por exemplo.

A moda e a beleza aparecem por ser temas de seções fixas e ocupar um expressivo número de páginas.

A relação com o sucesso também surgiu a partir da recorrência do tema em quase todas as edições da revista.

---

<sup>14</sup> Embora tenha sofrido mudanças editoriais, a revista apresenta as seguintes chamadas: páginas pretas, atualidade, comportamento, trabalho, perfil, moda e beleza. Atualmente as seções fixas são: editorial, cartas, gente, em foco, beleza pura, cultura, consulta, em questão, on line, onde achar, agenda, olhar.

### 1. Relação da mulher com o trabalho.

Ainda que venha ocorrendo a transformação no mercado de trabalho e essas beneficiem a mulher negra, ainda estão distantes as desejadas equiparações entre os sexos e muito mais entre pessoas de etnia diferente. A relação mulher/trabalho se apresenta como um projeto de vida, o que inclui a realização pessoal e econômica, liberando-a dos constrangimentos financeiros familiares e/ou conjugais e, em especial com a superação de uma desvantagem: a cor da pele. O trabalho aparece sempre como condição para o sucesso, reportagens do tipo “*Mulheres superpoderosas*” (jul.2005) ou “*Meninas de ouro*” (jun.2005) colocam auto-estima, determinação e capacidade de superar obstáculos surgem como ingredientes especiais. Uma matéria intitulada “*Eu posso*” (jun.2005) traz o exemplo de três pessoas que obtiveram sucesso: uma atriz, um estilista e uma jornalista. Nelas, a persistência e a determinação e prosseguir com estudos e se qualificar para o mercado de trabalho se aliam a características pessoais como força de vontade, crença no próprio sonho, autenticidade e auto-estima elevada como elementos-chave para conquistar um lugar econômico e social privilegiado. A formação profissional, a qualificação e o espaço que a educação formal ocupa são colocados igualmente como requisitos fundamentais para o indivíduo, homem ou mulher. Significativamente, a matéria “*Virei chefe*” (nov. 2005) traz exemplos apenas masculinos. Parece que as mulheres ainda não chegaram lá.

### 2. Relação com a diferença

Tema abordado tanto em relação à diferença entre negros e brancos, como em relação a outras questões não especificamente étnicas. A revista contém uma seção intitulada “*Páginas Pretas*”, em que denuncia, explicitamente algum episódio de discriminação, no Brasil ou em outro país. Essa seção tem início em novembro de 2005 com uma entrevista com o professor Abdias Nascimento, que comenta as conquistas realizadas e a realizar pelo movimento negro. Leci Brandão (cantora), Pepetela (escritor angolano) Conceição Evaristo (escritora) abordam o racismo de forma mais direta.

Nas demais seções, é recorrente a menção a outras formas de diferença: a edição de maio de 2006 faz referência aos casamentos entre indivíduos de diferentes crenças religiosas. Diferenças culturais existentes entre indivíduos originários de países diferentes podem comprometer a afetividade e a duração dos relacionamentos. Em março deste ano a



diferença se refere ao homossexualismo e aponta a necessidade de o movimento gay incluir o homossexual masculino (“A cor negra do arco-íris”). Nem sempre presente, a discriminação explícita dentro do próprio país é abordada de forma incisiva na matéria sobre exclusão digital, que aponta a existência de um “cordão de isolamento virtual”. Não são muito frequentes, entretanto, temas que focam as diferenças entre mulheres e homens, mas na edição de março de 2006 publica uma matéria intitulada “Vitória” na qual afirma que “movidas pela luta contra o racismo e o sexismo, as mulheres negras tomam a dianteira das discussões sociais, ocupam espaço político e conquistam posições socioeconômicas de destaque”.

### 3. Moda e beleza

A quantidade de páginas dedicadas a editoriais de moda e beleza, masculina e feminina principalmente é bastante expressiva em todas as exemplares pesquisados. A questão da sedução e do desejo, assim como o estabelecimento de padrões de beleza para os negros são destaques. A auto-estima e a valorização do indivíduo negro parece passar por uma estética que o coloca como absolutamente sensual e desejável. “Olhos do desejo”(maio 2006), “Enrolados e envolventes”(abr. 2006), “Vestida para matar” (out. 2005), “Dia de Cinderela” (nov. 2005) são títulos de matérias que colocam a mulher negra como objeto de desejo e como possuidora de altíssimo poder de sedução. Da mesma forma, os editoriais de moda realçam pernas (perfeitas), decotes (generosos), formas (curvilíneas e simultaneamente esguias) e indicam as roupas adequadas para evidenciar a excelência da forma física. Sugestões de exercícios, cremes faciais e corporais, massagens, academias e intervenções médicas (das consultas dermatológicas às diversas modalidades de cirurgias plásticas) estão presentes para orientar a mulher na identificação e aproximação dos modelos estéticos atuais. Pernas, cinturas, unhas, lábios, cada parte do corpo é requisitada a compor um conjunto sedutor e especial atenção é dada aos cabelos, talvez por representar um elemento que, junto com a cor da pele, visivelmente identificam e classificam os indivíduos.

Os homens também estão presentes nos editoriais de moda e beleza, mas em menores proporções, mas é da mulher negra que duplamente se requisita a busca incessante da beleza: por ser negra e por ser mulher.

#### 4. O Sucesso, finalmente!

Em todas as edições existe uma matéria sobre algum personagem especial, sempre com chamada de capa ou como reportagem de capa. Celebidades e personagens da mídia ofuscam as histórias de vida ou memória de heróis do movimento negro – de hoje e de ontem. Os de ontem estão contemplados nas páginas finais, sem chamada de capa ou foto colorida, apenas indicações sobre o que foram, o que fizeram e sua contribuição para a emancipação do negro no Brasil. Os de hoje fazem parte de um pequeno grupo que conseguiu visibilidade no mundo do espetáculo: Ronaldinho Gaúcho (maio 2006), Lázaro Ramos (dez.2005), Camila Pitanga (abril.2006), Mariah Carey<sup>15</sup> (mar.2006) Vanessa da Mata (fev.2006) foram capas de revista e são exemplos de vida, de trabalho e de dedicação. Nas páginas interiores figuras como Ruth de Souza (atriz), Naná Vasconcelos (músico) compõem o quadro do sucesso. Em todos os casos, destacam sua experiência, disciplina e dedicação por fazer parte de um cenário em que não há luzes para muitos. Seus recursos, habilidades e competências foram desenvolvidos individualmente e a custo de determinação e sacrifício. São exemplos a ser seguidos e os novos heróis dos tempos midiáticos.

Como foi apontado anteriormente, o trabalho dedicado é condição para o sucesso, mas a recíproca não é verdadeira. Bem sucedido não é o indivíduo que tem uma vida ordinária, comum, com os pequenos e inúmeros prazeres e mazelas, que tem um trabalho que lhe assegure uma sobrevivência tranqüila, que possui amigos, saúde, capacidade de fruição cultural e intelectual. Sucesso é o reconhecimento público, é estar sob os holofotes, ser belo, objeto de desejo, famoso e de preferência, muito rico. Essa preferência por personagens saídos do mundo do espetáculo causa alguma insatisfação. Na edição de março de 2006 a escritora Conceição Evaristo publicou um artigo na seção Páginas Pretas intitulado “Eu não sei cantar” em que critica os estereótipos que pairam sobre a mulher negra; na mesma seção Leci Brandão (fev. 2006) recrimina o excesso de atenção que a mídia dá as celebridades e a ausência da comunidade no carnaval carioca.

A maneira como a revista aborda o trabalho e o sucesso referencia a análise de Darcy Ribeiro, quando afirmou, anos atrás, que essa luta desigual faz com que a esfera cultural seja propícia à valorização, ao reconhecimento e uma forma de inclusão dessa parcela da população porque “o negro aproveita cada oportunidade que lhe é dada para

---

<sup>15</sup> Esse destaque foi objeto de protesto na seção de cartas de leitores, em que um leitor se indignava com o espaço concedido a uma cantora que adota o visual (cabelo louro e liso) incompatível com a aparência física dos negros.

expressar o seu valor. Isso ocorre em todos os campos em que não se exige escolaridade. É o caso da música popular, do futebol e de numerosas formas menos visíveis de competição e de expressão”<sup>16</sup>.

### **3. Os limites da resistência e a identidade na mídia**

Em um mundo em que prevalecem os valores da globalização neoliberal e em que o consumo e o mercado se convertem em categorias centrais para a compreensão das dinâmicas sociais, as disputas acontecem por uma maior participação na distribuição de vantagens econômicas, políticas e simbólicas.

A construção de identidades a partir de agenciamentos discursivos identificados com representações contra-hegemônicas é apontada como potencialmente contracultural, no sentido de possibilitar a criação e o exercício de novas formas de relações sociais cotidianas, o que implica o estreitamento de laços com outros indivíduos e grupos em condições semelhantes.<sup>17</sup>

As diferenças étnicas e sua política de afirmação e de reconhecimento, da maneira como são assumidas pela revista *Raça Brasil*, são colocadas na esteira de um movimento que busca, também, visibilidade e aceitação social. Aceitação que deriva, nesse caso, de uma inclusão no mercado de consumo de bens materiais simbólicos em que a beleza e a sensualidade dos indivíduos da raça negra – em particular da mulher negra – assumem dimensões expressivas. A indústria cultural, aqui, oferece modelos de conduta, receitas de comportamentos desejáveis e reforça representações estereotipadas e propõe, claramente, a adoção de alguns parâmetros identificados com a cultura hegemônica, como, por exemplo, a adequação a certos padrões estéticos definidos como apropriados para a mulher negra, e o individualismo como regra: o sucesso requer empenho e utilização pessoal dos recursos e atributos próprios.

A mediação mercadológica que pôde ser constatada a partir da análise empírica, ao colocar o consumo, os estilos de vida e visibilidade midiática como elementos centrais na construção de identidades indica que as afirmações identitárias e as políticas de

---

<sup>16</sup> Darcy Ribeiro. *O povo Brasileiro*, p.223.

<sup>17</sup> Ver, a respeito da relação entre identidade e movimentos sociais, Tilman Evers. *Identidade: a face oculta dos movimentos sociais*.

reconhecimento, assim como apresentadas pela revista, remetem muito mais à diferença no aspecto cultural e social do que no plano econômico, de onde se originam.

É certo, porém, que a revista *Raça Brasil* não representa nem, explicitamente, se vincula a nenhum segmento do movimento negro. Aparece, aqui, como uma publicação destinada a explorar um certo segmento social que aponta potencial de consumo e um diferencial (étnico, no caso) que o configure como um “nicho de mercado” suficientemente grande para justificar tanto a publicação como a presença de anunciantes<sup>18</sup>.

Essa constatação torna aplicável a ácida crítica aos formatos atuais da reorganização das lutas sociais e à dimensão que vem alcançando as políticas de reconhecimento. Zygmunt Bauman, em seu livro *Comunidade*<sup>19</sup>, afirma que vive-se um “tempo de desengajamento”, em que as lutas constituídas em torno do reconhecimento de diferenças correm o risco de ser meramente o retrato da fragmentação social e da incapacidade de se concentrar naquilo que efetivamente importa: as questões relacionadas à desigualdade. Isso significa que considerar as diferenças unicamente a partir da perspectiva simbólica é um procedimento insuficiente para compreender os processos de desigualdade, uma vez que o simbólico atua como ratificador de uma ordem econômica que exclui o negro do processo de produção e consumo de uma variada gama de produtos e serviços. Essa desigualdade desequilibra as possibilidades concretas de entrar no mercado de trabalho em desfavor, sobretudo, da mulher negra, que tem de se esmerar duplamente para alcançar, por exemplo, a exigida “boa aparência” para conseguir emprego. São esses agenciamentos muito concretos que restringem ou diminuem o campo de possibilidades do indivíduo. Assim, não se pode ignorar a conexão que existe, no Brasil, entre raça e classe social e que requisita, com certeza, intervenções no campo discursivo e simbólico do qual a mídia é um dos principais elementos e intervenções políticas que incidam efetivamente sobre materialidade dos processos produtivos.

E é exatamente nessa convergência entre luta cultural pela superação das diferenças e as lutas políticas por melhor redistribuição da produção social e por mais igualdade que se situa o grande desafio para os movimentos sociais e para suas políticas de identidade,

---

<sup>18</sup> Essa relação mercadológica entre mídia e segmentos minoritários da população não acontece apenas em relação à diferença étnica: idosos, homossexuais e outras minorias são contemplados com publicações, comerciais e ofertas de produtos e serviços considerando-se não suas necessidades, mas seu potencial de consumo.

<sup>19</sup> Bauman, Z. *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. p.95.

reconhecimento e as estratégias comunicacionais. Para que as lutas não sejam vãs e para que se possa superar a fragmentação intrínseca às demandas parciais, é preciso pensar as diferenças como frutos de desigualdade, distinguir as diferenças que têm origem na desigualdade das diferenças que são explicitações da multiplicidade de tendências, origens e vocações que as sociedades contemporâneas apresentam como possibilidade de vivência e experimentação para indivíduos e grupos. O princípio da universalidade aplica-se, no caso, à extensão das possibilidades de desenvolvimento das potencialidades humanas a todos os indivíduos, sem nenhum tipo de distinção.

Para finalizar, considera-se que as relações entre a mulher negra e outras instâncias da vida social foram descritas de forma muito genérica e a partir da análise do material empírico. Não representam um estudo exaustivo e nem pretendem esgotar todos os olhares possíveis para essa publicação. Outras leituras são possíveis e desejáveis.

### **Referências Bibliográficas**

- Bakhtin, Mikhail. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. S. Paulo: Hucitec, 1979.
- Bauman, Z. *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. Riode Janeiro: Jotge Zahar ed. 2003.
- Evers, Tilman. Identidade: a face oculta dos movimentos sociais. In *Novos estudos Cebrap*, vol , n. 4, abril 1984. São Paulo: CEBRAP.
- Marx, K. *Manuscritos econômicos-filosóficos*. Rio de Janeiro, Martin-Claret, 2004.
- Mészáros, István. *A educação para além do capital*. S. Paulo: Boitempo, 2005.
- Orlandi, Eni P. *A linguagem e seu funcionamento*. Campinas: Pontes, 1996.
- Paiva, Raquel e Barbalho, Alexandre (orgs.) *Comunicação e cultura das minorias*. S. Paulo: Paulus, 2005.
- Ramos, Sílvia (org.) *Mídia e Racismo*. Rio de Janeiro: Pallas, 2002.
- Ribeiro, Darcy. *O Povo Brasileiro: a formação e o sentido do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995, p. 220.
- Rubim, Antônio Albino C. Comunicação Política e Sociabilidade Contemporânea: Subsídios para uma Alternativa Teórica. In RUBIM, A. C. (org.) *Idade Mídia*. Salvador, Edufba, 1995.

Sodré, Muniz. O Globalitarismo como neobarbárie. In: *Por uma outra comunicação*. Dênis de Moraes, (org.).Rio: Record, 2003.

\_\_\_\_\_ *Claros e escuros*. Petrópolis: Vozes, 1999.

Thompson, Kenneth (ed.). *Media and cultural regulation*. Longres: Sage Publications, 1997.