



BELEZA DAS MULHERES JOVENS QUILOMBOLAS: COMUNICAÇÃO, LINGUAGENS E POLÍTICA

Eliã Siméia Martins dos Santos Amorim¹

Elis Rejane Santana Silva²

Aurilene Rodrigues Lima³

Resumo: Este artigo busca discutir o conceito de beleza negra na contemporaneidade e de que forma tal conceito pode ser difundido em mulheres jovens negras e quilombolas, por meio da produção de sentido permitida pela midiaticização e dos processos de mediação tecnológica, nas relações entre o conhecimento e informações pelas múltiplas linguagens. Trata-se de um estudo, inicialmente pautado em análise bibliográfica, seguido da pesquisa empírica de cunho etnográfico, realizado na Comunidade Quilombola de Lages dos Negros, em Campo Formoso, Bahia. Os referenciais, dentre outros, são Martín-Barbero e as mediações sociais; Lipovetsky acerca da cultura do mundo e a transnacionalização dos costumes; Munanga sobre identidade negra na contemporaneidade e diversos autores que discutem a negritude e beleza negra no Brasil.

Palavras-chave: Beleza Negra; Comunicação; Linguagens; Política e Mediações.

THE BEAUTY OF YOUNG QUILOMBOLA WOMEN: COMMUNICATION, LANGUAGES AND POLITICS

Abstract: This article seeks to discuss about black beauty in contemporary and how such a concept can be diffused in young black and quilombola women, through the production of a sense permitted by mediatization and the processes of technological mediation, in the relationships between knowledge and information by multiple languages. This is a study, initially guided by bibliographical analysis, followed by empirical research of ethnographic nature, in the Quilombola community of Lage dos Negros, in Campo Formoso, Bahia. The references, among others, are Martín-Barbero and social mediation; Lipovetsky about the culture of the world and the transnationalisation of customs; Munanga on black identity in contemporary and several authors discussing the blackness and black beauty in Brazil.

Keywords: Black Beauty; Communication; Languages; Politics and Mediations.

BEAUTÉ DES FEMMES JEUNES MARRONNES: COMMUNICATION, LANGUES ET POLITIQUE

Résumé: Cet article cherche à discuter du concept de la beauté noire dans le contemporain et comment un tel concept peut être diffusée dans les jeunes femmes noires et marronnes, par la production d'un sens permis par midiaticization et les processus de médiation technologique, dans le relations entre les connaissances et l'information par plusieurs langues. Il s'agit d'une étude, initialement guidée par l'analyse bibliographique, suivie par la recherche empirique de la nature ethnographique, dans la communauté marronnes de Lages dos Negros, à Campo Formoso, Bahia.

¹ Doutoranda pela USP na ECA- Escola de Comunicações e Artes em Ciências da Comunicação. Professora assistente da Universidade do Estado da Bahia. *E-mail:* eliasimeia@yahoo.com.br.

² Doutoranda do PPGCOM/USP. Mestra em Ecologia Humana e Gestão Socioambiental. Atualmente é professora assistente da Universidade do Estado da Bahia. *E-mail:* elissseco@gmail.com.

³Doutoranda em Ciências da Comunicação na ECA- Escola de Comunicações e Artes da USP - Universidade de São Paulo. Professora assistente da Universidade do Estado da Bahia. *E-mail:* aurilene.rl@hotmail.com.



Les références, entre autres, sont Martín-Barbero et la médiation sociale; Lipovetsky sur la culture du monde et la transnationalisation des coutumes; Munanga sur l'identité noire dans le contemporain et plusieurs auteurs discutent de la noirceur et la beauté noire au Brésil.

Mots-clés: Beauté Noir, Communication; Langues; La politique et la Médiation.

BELLEZA DE LAS MUJERES JÓVENES QUILOMBOLAS: COMUNICACIÓN, LENGUAJES Y POLÍTICA

Resumen: Este artículo busca debatir el concepto de belleza negra en la contemporaneidad y cómo tal concepto puede ser difundido en mujeres jóvenes negras y quilombolas, a través de la producción de un sentido permitido por los medios y los procesos de mediación tecnológica, en las Relaciones entre el conocimiento y la información por varios idiomas. Se trata de un estudio, guiado inicialmente por análisis bibliográfico, seguido de investigaciones empíricas de carácter etnográfico, en la comunidad quilombola de Lage dos Negros, en campo Formoso, Bahia. Las referencias, entre otras, son Martín-Barbero y mediación social; Lipovetsky sobre la cultura del mundo y la transnacionalización de las costumbres; Munanga sobre la identidad negra en el contemporáneo y varios autores que discuten la negrura y la belleza negra en Brasil.

Palabras llave: Belleza Negra; Comunicación; Lenguajes; Política y Mediación.

INTRODUÇÃO

“Era uma vez uma menina, que se tornou uma grande mulher com apenas 17 anos. Herdeira do trono de Ptolomeu XII, tinha grande preocupação com luxo, vaidade, enfeitando-se com joias de ouro e muitas pedras preciosas. Seu grande poder de sedução, astúcia e coragem dividiu reinos, atraiu para seu país grande prosperidade e foi motivo de conflitos amorosos com poderosos generais do exército romano. Deu fim à própria vida ao perceber que seus planos de amor e guerra haviam sido frustrados”.⁴

A narração acima poderia ser classificada como uma lenda ou história mítica, no entanto, é verdadeira, faz parte da história oficial de um povo, que tem sido contada de diversas formas, assumido enredos cinematográficos e literários; onde a personagem principal é apresentada como uma das mulheres mais lindas da humanidade; protagonizada e imortalizada com o rosto pálido e grandes olhos azuis da atriz hollywoodiana Liz Taylor. Tudo estaria muito bem, fora um detalhe importantíssimo, que contradiz tal imagem difundida nos meios de comunicação: **Cleópatra Tea Filopátor** (Alexandria, 69 a.C. - 12 de agosto de 30 a.C.) era negra, nascida em Alexandria, no Egito, país africano. Sua etnia é fácil de perceber nos detalhes de seu rosto e a cor da sua pele pelos quadros, imagens e esfinges da época; o que até os dias de hoje é escamoteado.

⁴ <http://www.sohistoria.com.br/biografias/cleopatra/>



Os estudos acerca da negritude e afirmação da identidade negra, associados à influência direta das mídias, ainda se encontram bastante acanhados, apesar do cenário cultural mostrar-se rico e profícuo, porque vai além do uso e divulgação da imagem, ou da oportunidade de visualização. A beleza negra é um problema para uma sociedade embranquecida, que acredita estar nos traços europeus e na pele clara. (gomes, 2007).

Fernandes (2007) pressupõe, que ser negro num mundo de brancos, ou pelo menos um mundo de crenças, valores e hegemonia branca, é ter sobre si o peso de ter nascido “errado”, apesar do engodo que se chama “Democracia Racial”:

Ao mesmo tempo que convivemos, não com a realidade, mas com um ideal de democracia racial, um racismo brutal vigora entre nós. Assim, demonstrar as falácias do mito talvez seja tão importante quanto refletir sobre sua eficácia, enquanto representação e acerca da dificuldade que temos em lidar com o tema. (Fernandes, 2007, p. 21).

Acerca da população negra brasileira, Ferreira (2009) descreve seus processos de desenvolvimento identitário, inicialmente como “estágio de submissão e idealização do mundo branco como escudo”, partindo para “descoberta do grupo etnorracial de referência” para a partir de então, a “idealização e construção da estética negra como fortalecimento e alteridade”, contudo, para isto, longo tempo já se passou.

Ao pensar em “mulher negra”, ainda se tem um desenho mítico com relação ao seu tipo de cabelo, tom de pele, formato dos olhos, nariz, altura, compleição física, etc. habitado pelo imaginário social e reforçado pelos estereótipos de que o negro é selvagem, rústico e sem elegância, que vem desde os anos do Brasil Colônia. (Fernandes, 2007,).

Neste sentido, é objetivo deste artigo discutir, ainda que de modo sintético, o conceito de beleza negra na contemporaneidade e de que forma tal conceito pode ser difundido em mulheres jovens negras e quilombolas, através da produção de sentido permitida pela midiaticização e dos processos de mediação tecnológica de consumo, estabelecendo relações entre o conhecimento e informações mediados pela linguagem.

A BELEZA DAS MULHERES NEGRAS: CONCEITOS

Os povos negros no Brasil tem sido elemento de discussão de forma mais contundente a partir da década de 60, por teóricos como Florestan Fernandes (1972), de certa forma, já antecipadas pelos estudos de Gilberto Freyre (1933), Luís Viana Filho



(1946), e outros, inicialmente na tentativa de desmistificar a imagem de um país despido de preconceitos e anos mais tarde, revendo as memórias e estudos sob a ótica dos negros e negras; propulsionada pelos movimentos de significação e afirmação identitária. (Moura, 1988).

Tais temas têm sido profundamente influenciados pelos estudos em outros países e a exemplo das lutas pela alteridade e reconhecimento, quebra de conceitos e preconceitos arraigados advindos da cultura branca e europeia e dos conflitos já há muito tempo evidenciados, contudo sem o lugar devido na ciência e na academia. (Munanga, 1994, 2001, 2004, 2008).

A cultura, valores e representações negras; num país cujo preconceito se esconde por trás de eufemismos e arranjos, são encobertos pela falácia e tentativas de impedir a formação da consciência de quem se é de fato, tendo as mídias como suporte, em especial de comunicação em massa⁵; onde o ocultamento e invisibilidade são traços de poder e força. (Gomes, 2007).

Considerando que beleza é um conceito atrelado por duas concepções, uma do senso comum, que admite como adjetivo pessoal, atribuindo características físicas aceitáveis pelo grupo cultural, assim também tal conceito vem da filosofia, onde assume o padrão da estética. Neste sentido, Ribeiro (2011, p.1) admite:

Com efeito, é possível afirmar, que a visão atual sobre o belo consagra o fator qualidade, dando a entender, que dependendo da sensibilidade de quem aprecia, é considerado belo aquilo que consegue realizar o seu destino, carregando um significado para a experiência estética. Dessa forma, pode-se afirmar que a questão do feio residirá no campo implícito das aferições sobre o que é belo. E, se arte e beleza se relacionam, aquilo considerado feio não pode ser arte, pelo menos na concepção assumida na Antiguidade Grega até à época medieval, passando por uma reabilitação no Século XIX.

Na contemporaneidade, os discursos acerca da beleza negra seguem caminhos ainda antagônicos, os que defendem a perpetuação dos valores brancos, com alisamentos de cabelos, roupas e maquiagens, que disfarçam as diferenças do corpo negro. E os que assumem a posição de que estética visual é posicionamento ideológico e identitário, por isto mesmo, os padrões do cabelo crespo, rebelde, dos traços como boca e nariz mais

⁵ Aqui consideramos comunicação de massa a que vai em larga escala e não sob o ponto de vista das mediações, alicerçadas em Martin-Barbero.



grossos devem ser respeitados e valorizados; assim como os trajes e vestimentas devem refletir a etnicidade e ancestralidade africana de quem as usam. Pois,

Uma das manifestações de identidade social é a identidade étnica, que permite apreender a própria etnicidade e constitui a principal característica do grupo étnico. (...) O principal significado emocional de pertinência a um grupo étnico é um princípio organizador e mobilizador de interesse de grupos específicos, com isto podendo possuir uma conotação positiva. Grupos étnicos são grupos cujos membros possuem uma identidade distinta e atribuída e, ao mesmo tempo, têm, basicamente cultura, origem e história comuns. (Joaquim, 2001, p. 52).

Da mesma forma, crê-se que a identidade negra se reflete na linguagem, nos costumes, e mais do que isto:

No contexto da mestiçagem, ser negro possui vários significados, que resulta da escolha da identidade racial que tem a ancestralidade africana como origem (afrodescendente). Ou seja, ser negro, é, essencialmente, um posicionamento político, onde se assume a identidade racial negra. (Oliveira, 2011, p.1).

Crê-se que para que haja mudança no pensamento acerca da negritude no Brasil, da aceitação de seus valores, é preciso conscientização, divulgação através das mídias e nas agências educativas. Martín-Barbero (1993), propõe que as mudanças estruturais ocorrem a partir da popularização das mídias de interação social, como internet, que por seu *modi operandi*, influenciam instituições e a sociedade como o todo e por estarem presentes em quase todos os lares de norte a sul do país, os meios de comunicação, em especial, o rádio, a televisão e a internet, são mediadores entre o mundo e a sociedade.

A BELEZA NEGRA QUILOMBOLA NA COMUNICAÇÃO, LINGUAGENS E POLÍTICA

A palavra quilombo é originária do *quimbundo*, que significa “sociedade formada por jovens guerreiros que pertenciam a grupos étnicos desenraizados de suas comunidades.”. (Moura, 2006).

Remanescentes dos antigos quilombos, hoje no Brasil, existem cerca de 2.600 mil comunidades quilombolas já certificadas pela Fundação Palmares, espalhadas pelo território e que possuem características comuns, como: são rurais ou de periferias urbanas, geralmente muito pobres ou em condições de miséria e pouco amparo social.

Para ter o reconhecimento como quilombola:



É preciso ter a presunção de ancestralidade negra relacionada com a resistência à opressão histórica sofrida, e sua caracterização deve ser dada segundo critérios de auto atribuição atestada pelas próprias comunidades, como também adotado pela Convenção da OIT sobre Povos Indígenas e Tribais”.⁶

Em geral, essas comunidades sofrem privação dos elementos necessários para sobrevivência como moradia digna, água encanada e luz elétrica, principalmente se forem afastadas dos centros urbanos. Vivem da pequena agricultura. Sem escolas, postos de saúde e assistência sócio econômica. A população analfabeta sofre os descasos das políticas públicas frágeis ou inadequadas.

Outras, no entanto, a partir das conquistas e resistências amparadas pela Constituição de 1988, já conseguem o reconhecimento de seus direitos, não somente enquanto comunidade quilombola, mas também os direitos sociais próprios da cidadania, inerentes a qualquer brasileiro.

O que se pode perceber, que mesmo as comunidades mais distantes elegem meios comunicacionais e avançam no sentido de modernizarem seus cotidianos. O rádio ainda é o meio de comunicação mais utilizado, por sua tecnologia simples e de longo alcance. A Tv, a internet, os celulares invadem os ambientes sociais permitindo a ligação com o mundo e a globalização de valores.

Para Santos (1998):

O Tempo-Mundo é abstrato, exceto como relação. O espaço se globaliza, mas não é mundial como um todo, senão como metáfora. Todos os lugares são mundiais, mas não há espaço mundial e de maneira perversa, (...) no que tange aos processos comunicacionais e as relações sociais, nós estamos tão habituados a viver em um espaço público mediatizado que nem temos mais consciência das mutações comunicacionais que a existência deste espaço supõe. (Santos, 1998, p. 31).

Para Sung Mo, além dos processos mediatizados pela globalização, o capitalismo invade todos os espaços, permeando-os da cultura do consumo e dos modelos unificados de vida e cotidiano.

O mundo global está unificado na cultura de consumo. O que dá unidade ou convergência cultural para esse mundo fragmentado é a cultura de consumo. [...] Uma das características fundamentais da atual cultura de consumo é que as

⁶ VELÁSQUES, C.. "Quilombolas". In: RICARDO, B. e CAMPANILI, M. (Ed.). *Almanaque Brasil Socioambiental 2008*. Instituto Socioambiental. 2007. p. 234-235



práticas sociais e os valores culturais, ideias, aspirações e identidades básicos, são definidos e orientados em relação ao consumo (Sung Mo, 2006, p.28).

Ou seja, “todos devem ser convertidos em consumidores e tratados como tal. O espetáculo unificou a terra como mercado mundial” (Debord, 1997, p.39).

Sem dúvida, as mídias colaboram para o consumo e reafirmação identitária. Os estudos de Trindade e Perez (2014) afirmam que as mídias são ferramentas sociais para produção de atenção, controle e representações ideológicas, influenciando todo o domínio social, mesmo que de alcance e força diferentes em grupos sociais distintos.

Como pensam as mulheres jovens quilombolas acerca de si mesmas e das representações de beleza nos dias atuais? Seguem parâmetros midiáticos pela cultura do consumo? Adotam modelos étnicos ou buscam significação de seus corpos, aparência, cor, tipo de pele e cabelo na cultura eurocêntrica? A escola tem lidado com a produção do conhecimento, que ultrapassa a simples informação? São questões que merecem ser discutidas e aprofundadas.

COMUNICAÇÃO, LINGUAGENS E POLÍTICA DA BELEZA NEGRA

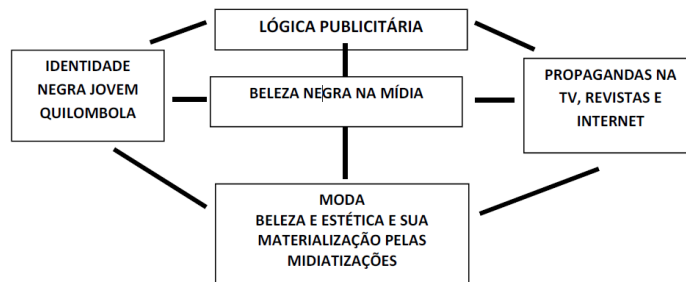
Como elemento significativo para o desdobramento desta pesquisa, que redundará na tese de doutorado pela Universidade de São Paulo (USP), cujo título **Mediações e Mdiatizações da Beleza das Mulheres Negras Jovens Quilombolas**, esperamos que os resultados deverão trazer uma contribuição para a visualização dos modelos de beleza adotados por esta parcela destas comunidades, através das mediações tecnológicas e processos de midiatização.

Para isto, elencamos algumas questões, a partir do Mapa Metodológico das Mediações, proposto por Martín-Barbero (2014b), composto pelos elementos abaixo relacionados:

Figura 1. Mapa Metodológico das Mediações



MAPA METODOLÓGICO DAS MEDIAÇÕES



(Adaptado de Immacolata Lopes, 2014).

As perguntas geradoras, em entrevistas semiestruturadas, deverão dirigir-se a um público com as características pontuais de:

- Ser mulher entre 17 e 25 anos;
- Morar em comunidade quilombola;
- Ser negra de cor.

As respostas deverão ser livres, espontâneas, depois de assinado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE); gravadas em *smartphones* e transcritas posteriormente.

Tais questões acerca das **mediações e midiatisações** versarão sobre: **Comunicação, Linguagens e Política da Beleza Negra na Mídia:**

1. Qual mídia se sobrepõe ou é mais utilizada por você nesta comunidade? Você acredita que outras mulheres também utilizam esta mesma?
2. Você acessa ou busca algum canal ou revista que seja específico para mulheres negras? Com qual frequência?
3. Quando vai se vestir ou maquiar, procura alguma revista da moda, modelo de Televisão ou cinema ou faz o que acha que vai ficar legal em você?
4. Costuma comprar produtos de beleza por algum catálogo, internet ou em lojas locais? Por quê?
5. Quando vai adquirir algum produto se preocupa em saber se os produtos de beleza são próprios para seu tom de pele ou adequados para seus cabelos? Por quê?



6. Como você define sua cor? Sofre algum preconceito ou já se sentiu diferente por causa dela?
7. Há alguma atriz ou modelo das mídias em que você se baseia para se arrumar ou gostaria de se parecer? Quem e por quê?
8. O que é ser mulher negra e quilombola, para você?
9. Gostaria de completar alguma informação ou dizer alguma coisa que complemente sua fala até aqui?

No campo metodológico nos pautamos num estudo etnográfico, que segundo Rosini (2010):

A etnografia crítica da recepção se caracteriza como: a) o conhecimento construído a partir da descrição do contexto espacial e temporal que determina a apropriação dos meios de comunicação, isto é, a apreensão do sentido possível que os atores sociais dão às práticas sociais e culturais produzidas na relação com os meios de comunicação tecnológicos; b) a etnografia é crítica porque visa revelar e compreender a reprodução social e não apenas a capacidade criativa das audiências em resistir à dominação. (Rosini, 2010, p. 2).

E ainda devemos considerar que:

Em um estudo teórico, a abordagem de um analista da cultura como Barbero é enfocar os processos produtivos da cultura e suas bases materiais, e, transversalmente, comentar as injunções deles com as relações sociais e culturais com base em exemplos empíricos que servem para comprovar aqueles. (Rosini, 2010, p. 2)

Para isto, importa destacar:

a primeira proposta das mediações, formulada em termos de cotidianidade familiar, temporalidade social e competência cultural, estão imbricadas e podem ser absorvidas nas noções de ritualidade e de socialidade. (Rosini, 2010, p. 4).

Descortinando os elementos dispostos no Mapa das Mediações, vamos utilizar os parâmetros discursivos em Rosini (*op. Cit*, p.9):

- A **socialidade** diz respeito às relações cotidianas nas quais se baseiam as diversas formas de interação dos sujeitos e a constituição de suas identidades. Ou seja, a tradição cultural com a forma como os receptores se relacionam com a cultura massiva.
- A **ritualidade** se refere aos diferentes usos sociais dos meios e aos diferentes trajetos de leitura.



- A **institucionalidade** está relacionada aos meios empregados para a produção de discursos públicos com a finalidade de atender às lógicas dos interesses privados.
- Por fim, a **tecnicidade** nos remete à construção de novas práticas através das diferentes linguagens midiáticas.

Para Maria Immacolata de Lopes (2014, p. 71) com este mapa, “é possível operacionalizar a análise de qualquer fenômeno social que relaciona comunicação, cultura e política, como uma dimensão da articulação entre produtores, mídia, mensagens, receptores e cultura”. Uma vez que “a teoria da recepção de Martín-Barbero deve ser vista, antes de mais nada, como uma perspectiva de investigação e não uma área de pesquisa sobre mais um dos componentes do processo de comunicação, neste caso, a audiência. (Lopes, 2014, p. 68).

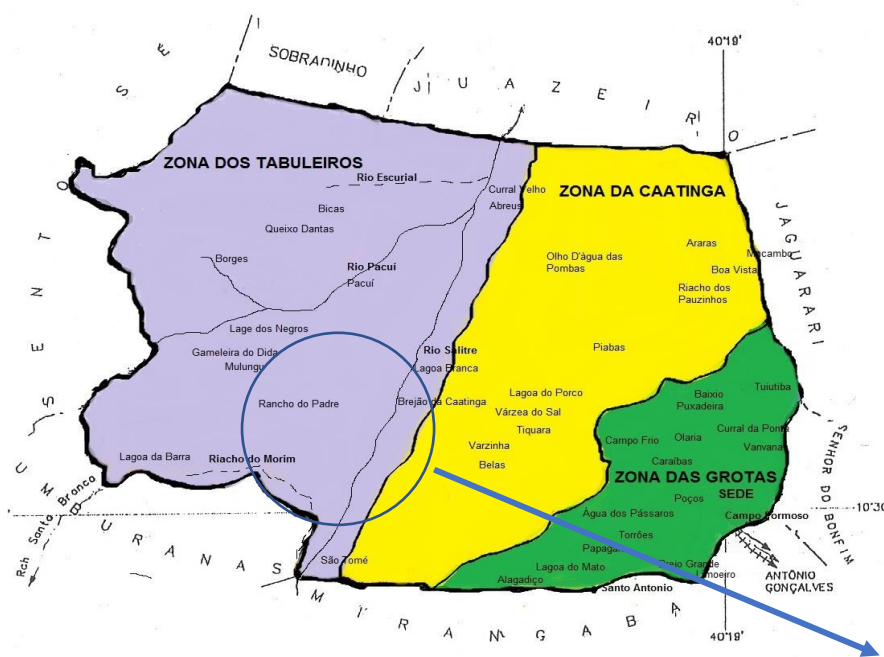
Neste sentido, nos propusemos a percorrer através da pesquisa empírica, acerca do conceito de beleza negra, em comunidades quilombolas, tencionando que o Mapa das Mediações traçado possa trazer as respostas que almejamos.

BELEZA NEGRA NA COMUNIDADE QUILOMBOLA DE LAGES DOS NEGROS, CAMPO FORMOSO, BAHIA

O povoado de Lage dos Negros é uma comunidade quilombola pertencente ao município baiano de Campo Formoso, que faz parte da microrregião de Senhor do Bonfim e da 28ª região administrativa do Estado e Região Econômica do Piemonte da Diamantina. A extensão do município é de 6.806 Km². Os dados da EBDA (2007)⁷ confirmam que o território quilombola é superior a 1.000 Km², a sede do território tem uma população estimada em mais de 4 mil habitantes, e todo o território conta com 23 comunidades, que juntas totalizam uma população superior a 10 mil habitantes.

⁷ Pesquisa realizada no site da Associação Quilombola de Lage dos Negros <http://lagedosnegros.zip.net/conheca-nos.html>

Figura 2. Localização da Comunidade Quilombola de Lage dos Negros, Bahia



Fonte: Blogspot.com/ zonas fitogeográficas⁸

Figura 3. Centro de Lage dos Negros



Fonte: Amorim, 2017

⁸ <http://1.bp.blogspot.com/-YU9Hw9Op5Os/UbnP1vknasI/AAAAAAAAAew/ix2AWvO4Ktk/s1600/Zonas+fitogeogr%C3%A1ficas.jpg>



Figura 4. Feira-livre em Lage dos Negros



Fonte: <http://lagedosnegros.zip.net/fotos/povoado/feiralivre.JPG>

Segundo o Sr. Joaquim Sebastião da Costa e D. Jovelina Cruz da Costa, antigos moradores locais, a situação do local já foi pior, hoje conta com algumas melhorias como água encanada, luz elétrica, um posto de saúde e escolas municipais e estaduais, que oferecem Educação Infantil, Ensino Fundamental e Médio. “os menino não precisa sair pra estudar fora”, conta em entrevista cedida no dia 23.08.2017.

TRAÇANDO O MAPA DAS MEDIAÇÕES E MEDIATEZÇÕES DA BELEZA NEGRA

Buscamos conversar com o proprietário da única provedora de internet local. Fomos atendidos pelo funcionário Elton Santos Vieira, 23 anos, da empresa D’quaquasnet. Segundo Elton, são cerca de 700 clientes, distribuídos pela comunidade. O valor de 2 megas sai por R\$50,00. Também a empresa é uma *lan house*, cujo movimento varia muito, normalmente utilizado à noite, “por conta dos estudantes que vêm pesquisar assuntos escolares ou se conectarem ao facebook”.



Figura 5. Lan House em Lage dos Negros



Fonte: Amorim, 2017

Em Lage também há uma loja de venda de celulares, e a maioria dos compradores prefere aparelhos, com capacidade que suporte o aplicativo do *whatsApp*, como também do *facebook*.

Não há transmissão direta de TV e os que desejam assistir às programações têm que adquirir uma antena parabólica, contudo somente para canais abertos da Globo, SBT e Record vindos diretamente de São Paulo. A TV São Francisco, distribuidora da região, não tem boa transmissão ou não chega até a comunidade; portanto as notícias locais são disponibilizadas apenas pelas emissoras de Rádio AM e FM, essas pouco ou nada utilizadas pelas jovens entrevistadas e foco da pesquisa.

Nos dirigimos até o Colégio Estadual (médio, extensão do Colégio Luzia de Freitas). Entrevistamos 05 jovens negras, que assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, juntamente com o diretor do estabelecimento. Dessas, utilizaremos para este artigo apenas 01, por contemplar totalmente os objetivos da pesquisa neste momento.

As questões foram da entrevista semiestruturadas, porém respondidas livremente e à medida que atendiam ou não ao que era solicitado, novas questões apareceram de forma que não seguem totalmente o que estava previsto.



Todas as jovens permitiram o uso de imagens, transcrições de fala, produção de vídeos, anotações e também a identificação pelo nome, todavia, por guardarmos o sigilo sobre os sujeitos, preferimos adotar um pseudônimo para cada uma.

Assim, a esta entrevistada chamarei de *Brilho do Sol*. Ela tem 17 anos, é evangélica da Assembleia de Deus, casada. Cursa o 3º ano do Ensino Médio.

Quanto à **ritualidade do uso dos meios massivos**, não tem facebook, nem whatsapp pois não há conexão da internet em sua casa, mas usa aparelho celular e costuma conectar-se à internet pela *Lan House* a fim de acessar páginas de estudo e pesquisa escolar, além de músicas pelo *you tube*. Assiste televisão por cerca de duas horas, somente à noite por conta dos afazeres domésticos e da escola, no turno vespertino. Prefere novelas.

Tem uma visão bastante crítica quanto à **institucionalidade dos meios**, não gosta de assistir aquilo que trata especificadamente às questões dos negros, a discriminação sofrida pelos mesmos. Perguntei:

Você acessa ou busca algum canal, revista ou programa de TV que seja específico para mulheres negras? Você acessa páginas que falem sobre negros? Com qual frequência?

“Não gosto muito não. Porque assim (pensa) ... vejo o preconceito e sofrimento e a diferença do negro pro branco, mostrando que o negro é visto sempre como pobre. Teve uma reportagem com umas fotos mostrando, por exemplo, um homem negro vestindo um paletó, as pessoas diziam que ele era um segurança, aí mostra o branco vestindo o mesmo paletó e as pessoas ficavam dizendo que era um empresário. Por quê?”. (sic)

Pergunto: E isto fez você se sentir mal? Ela responde: *“Eu me sinto, porque acho que o negro é capaz de conseguir as mesmas coisas”*.

Para Orozco-Gómez (1998) a televisão funciona como mediadora entre o mundo e a sociedade; denominada por este autor de “escolas paralelas”, ou seja, aprende-se muito pelas mensagens televisivas, principalmente no que se refere aos conteúdos que se referem à identidade e alteridade.

De onde você tirou esta ideia? Perguntei, pensando na **socialidade**, nas relações cotidianas que dão base para a construção identitária e também a forma como a audiência se relaciona com a cultura massiva:



“Desde que eu nasci, porque meu pai se separou de minha mãe e eu fui criada por minha mãe e minha avó e eu sempre coloquei na minha cabeça que um dia eu vou conseguir conquistar tudo que eu sempre quis. Não vou ficar só na Lage. Quando eu vejo na televisão negro falando sobre isto eu me sinto bem.”

E o que lhe inspira, quando vê negros na televisão?

“Eu gosto muito, principalmente quando vejo falando, dizendo poesias e coisas bonitas.”

E qual a mulher mais bonita da Televisão? Ela responde: *“Aquela atriz da Globo. Da novela das 6:00. Ela é muito bonita e eu não sei o nome dela”*.

Ela é negra ou ela é branca? *“Ela é linda”*. Responde de pronto.

E você gostaria de se parecer com ela?

“Eu me acho tão bonita quanto ela. (Referindo-se a Sheron Menezes, negra de cor e na novela faz um personagem que se veste etnicamente africana)”.

Se tivesse que mudar alguma coisa em você, mudaria? *“Neu?” (sic)*. Responde meio assustada: *“Não, não mudaria nada.”*

Por fim, busquei elementos que indicassem a **tecnicidade** ou à construção de novas práticas através das diferentes linguagens midiáticas.

Perguntei: Quando vai ao mercado comprar algum produto para ficar mais linda, você vê algum catálogo, revista ou anúncio na televisão antes de comprar?

“Não. Eu não olho nada. Compro o que tem no mercado”.

Por quê? Ela responde: *“Porque eu acho que são direitos iguais. Se o branco pode comprar eu também posso”*.

Verdade, falei, mas e se for algum produto inadequado para seu cabelo ou pele?

“Aí eu não compro. (...) eu já vi mulheres negras usando base branca na pele e fica parecendo palhaço (risos). Mas eu quase não compro nada só para negros, porque também aqui nem tem.”

Encerrei a entrevista, agradecendo a Brilho de Sol.

Enquanto pesquisadora na área de Comunicação, Tecnologias, Identidade e Negritude; busco através desta proposta, identificar espaços ainda não vislumbrados, como as questões que envolvem a beleza, o sentido de pertencimento e construção



identitária, em específico com mulheres negras, de comunidades quilombolas, por acreditar ser este espaço, um território bastante significativo, dentro do objeto em questão.

Para este estudo em específico, aspiramos pesquisar de que forma a cultura negra tem se sedimentado ou não, influenciada pelas mídias contemporâneas pela visualização permitida, ainda que escassa, dos negros e negras; em especial nas redes televisivas e revistas de moda. A análise empírica propôs configurar o universo feminino; na faixa etária de 17 a 25 anos de idade, onde as projeções de beleza e estética estão mais acentuadas e outras sedimentadas por suas crenças e relações de autoestima.

Percebeu-se, neste artigo, que o final do Século XX e entrada do XXI, novo cenário se descortina com os efeitos da globalização com novos padrões de beleza incorporados, por força e pressão dos grupos de resistência, hibridização das culturas e modelos politicamente corretos impostos, inclusive pela expansão mercadológica, abrindo novos nichos de consumidores, popularização das mídias, visualização de outras culturas e concepções dos movimentos antirraciais, contudo não foi ainda determinante para a quebra dos preconceitos e estereótipos que colocam esta camada da população à margem da sociedade supostamente composta pela elite, branca e homogênea.

No plano da Educomunicação, temos aí um *ecossistema comunicativo*, onde assistência e meios massivos se intercambiam, num contexto de aprendizagem, contudo fora do ambiente escolar. (Barbero, 2000), (Citelli, 2000).

Citelli (2000), também aborda o papel da educação e da escola, em particular, em sua função educativa, que busca transformar informações em saberes e desta forma, os ecossistemas comunicativos passam por processos educativos, cujos sujeitos são de transformação.

Transformar alunos em sujeitos do conhecimento implica (de fato) descentrar vozes, colocando-as numa rota de muitas mãos que respeite as realidades de vida e cultura dos educandos. É preciso (de fato) fazer o aluno assumir a sua voz como instância de valor a ser confrontada a outras vozes, incluindo-se a do professor. Desse modo, a sala de aula passaria a ser entendida como um lugar carregado de história e habitada por muitos atores que circulariam do palco à plateia à medida que estivessem exercitando o discurso. (Citelli, 2000, p.98).

Salientamos a importância do caminho metodológico proposto por Martín-Barbero no Mapa das Mediações, definindo o campo de atuação, os elementos indispensáveis à pesquisa empírica, onde demonstramos através de Brilho de Sol, sujeito

92

participante, que na visão das mulheres negras, elas são lindas, capazes e não precisam ser transformadas, ainda que de maneira bastante tímida. A proposta é continuarmos desenvolvendo esta pesquisa, pois há muitas lacunas que necessitam de aprofundamento.

REFERÊNCIAS

CITELLI, Adilson. *Outras linguagens na escola: publicidade, cinema e TV, rádio, jogos, informática*. São Paulo: Cortez, 2000.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Tradução Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997

FERNANDES, Florestan. (1972). *O negro no mundo dos brancos*, São Paulo, Difel. 2007.

FREYRE, Gilberto. *Casa Grande & Senzala*. Rio de Janeiro: Maia e Schmidt, 1933.

GOMES, Nilma Lino. Trajetórias escolares, corpo negro e cabelo crespo: reprodução de estereótipos ou resignificação cultural? In: FÁVERO, Osmar e IRELAND Timothy Denis. *Educação como Exercício de Diversidade*. Coleção Educação Para Todos. MEC/UNESCO: Brasília, 2007.

JOAQUIM, Maria Salete. *O papel da liderança religiosa feminina na construção da Identidade negra*. Rio Grande do Sul: Pallas; São Paulo: Educ, 2001.

LOPES, Maria Immacolata V. de. *Mediação e recepção. Algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação*. Matrizes, vol 8 (1), jan./jun. p. 65-80, 2014.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *A comunicação na Educação*. São Paulo: Contexto, 2014.

_____, *Desafios culturais da comunicação à educação*. In: Revista Comunicação & Educação no 18. São Paulo: ECA-USP/Segmento, 2000.

_____, *Dos Meios às Mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2014b.

MARTINS, Carlos Augusto de Miranda e. *Negro, publicidade e o ideal de branqueamento da sociedade brasileira*. Disponível em:
<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/rumores/article/viewFile/6573/5973>. Acesso: out, 2015.

MOURA, Clóvis. *Sociologia do Negro Brasileiro*. São Paulo: Editora Ática, 1988.

MOURA, G. *Quilombos contemporâneos no Brasil in Brasil/África: como se o mar fosse mentira*. São Paulo: Ed. Unesp. Luanda/Angola: Chá de Caninde. 2006.

MUNANGA, Kabengele. Identidade, cidadania e democracia: algumas reflexões sobre os discursos antirracistas no Brasil. In: Spink, M. J. P. (Org.) *A cidadania em construção: uma reflexão transdisciplinar*. São Paulo: Cortez. 1994.



_____, Kabengele. Origem e histórico dos quilombos em África. In: Moura, C. (Org.) *Os quilombos na dinâmica social do Brasil*. Maceió: Edufal, p. 21-31. 2001.

_____, Kabengele. Uma Abordagem Conceitual das Noções de Raça, Racismo, Identidade e Etnia. In: Brandão, A. A. P. (org.), *Cadernos PENESB*, vol. 5, p. 15 – 34. 2004.

_____, Kabengele. *Rediscutindo a mestiçagem no Brasil*. Identidade nacional versus identidade negra. Belo Horizonte: Autêntica. 2008.

OLIVEIRA, Fátima. *Ser negro no Brasil: alcances e limites*. Scielo. 2004. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142004000100006. Acesso em: nov, 2011.

OROZCO GÓMEZ, G. *Uma pedagogia para os meios de comunicação*. In: Revista Comunicação & Educação, n.o 12, São Paulo: Moderna, 1998.

RIBEIRO, Lídia C. *A Mulher Negra e Sua Identidade: repensando a estética além dos padrões socialmente aceitos*. Disponível em: <http://www.webartigos.com/artigos/a-mulher-negra-e-sua-identidade-repensando-a-estetica-alem-dos-padroes-socialmente-039-039-aceitos-039-039/76361/#ixzz4miiV4e5s>. Acesso:25 de julho, 2017.

RONSINI, Veneza V. Mayora. (2010) *A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero I (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção)*. Disponível em: http://compos.com.puc-rio.br/media/gt12_veneza_ronsini.pdf . Acesso: julho, 2017.

SANTOS, Milton. *Técnica, Espaço, Tempo. Globalização e meio Técnico-científico Informacional*. 4º edição. São Paulo. Editora Hucitec, 1998.

SILVA, Tomaz Tadeu. A produção social da identidade e da diferença. In: _____ (org). *Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000.

SODRÉ, Muniz. *Claros e Escuros: identidade, povo e mídia no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1999.

SUNG, Jung Mo. *A presença pública da igreja no espaço urbano (In) Pastoral Urbana: Presença Pública da Igreja em Áreas Urbanas*. (Orgs.) CASTRO, Clóvis Pinto; CUNHA, Magali do Nascimento; LOPES, Nicanor: EDITEO/Universidade Metodista de São Paulo, 2006

TRINDADE, Eneus e PEREZ, Clotilde. *Signos do consumo, experiência em foco – V.6, N.1*, 2014. p. 1-5, JUL. 2014.

VIANA FILHO, Luiz. *O Negro na Bahia*. RJ: Editora Jose Olympio, 1946.

*Recebido em setembro de 2017
Aprovado em novembro de 2017*