ELLÍS REGINA NEVES PEREIRA

ANEXO AO PROCESSO Nº 395/97 - CM

DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO EM:

27/04/2001

RAÇA BRASIL: A IMPORTÂNCIA SOCIAL DE SUA PRODUÇÃO

UNESP
MARÍLIA - SP

unesp

Ellís Regina Neves Pereira

Raça Brasil: a importância social de sua produção

Ellís Regina Neves Pereira

Raça Brasil: a importância social de sua produção

Dissertação apresentada à Faculdade de Filosofia e Ciências da Universidade Estadual Paulista, Unesp, campus de Marília, como requisito necessário para obtenção do título de mestre em Educação.

Orientador: Dr. Cristiano Amaral G. Di Giorgi

unesp

Ellís Regina Neves Pereira

Raça Brasil: a importância social de sua produção

1410001236

f. 1236

Banca examinadora:

Orientador: Dr. Cristiano Amaral G. Di Giorgi
1° examinador: Dr. Henrique A. Cunha Júnior
2° examinador: Dr. Pedro Ângelo Pagni

Março/2001

Agradecimentos especiais

Pela generosidade e admirável confiança em meus propósitos, por não recear, mas alimentar a minha necessidade de liberdade que, no percurso, se revelou mãe e madrasta, agradeço especialmente ao meu orientador, professor Cristiano A. G. Di Giorgi, a quem devo essa soma de coisas e cuja proporção dessa dívida me torna a sua eterna mal-agradecida.

Ao professor Henrique Cunha Júnior, testemunha dos obstáculos presentes no caminho, interlocutor receptivo e paciente que, gentilmente, me oportunizou todas as fontes e acessos, incentivou na construção de interrogações quando, antes, havia muitas respostas, e cujas expectativas positivas em relação ao desenvolvimento do conteúdo deste material, me esforcei em merecê-las, trabalhando.

Agradecimentos

A Aroldo Macedo, àquele que inicia o projeto *Raça Brasil* e cujas atribulações de um extenuante dia de trabalho não o impediram de me conceder um precioso depoimento.

A Francisco de Oliveira, em abril deste ano, o novo diretor-chefe de *Raça Brasil*, o qual atendeu a minha solicitação com amabilidade e prontamente, em sinal de solidariedade ao interesse que me moveu a este trabalho.

A Oswaldo Faustino, repórter colaborador de *Raça Brasil*, sem reservas, boníssimo e amigo, o qual se empenhou diretamente em me aproximar de ambos os contatos internos à redação da revista porque, crédulo, entendeu que eu precisava pisar e caminhar "no meu chão".

À "Pérola Negra", "Cavalheiro Negro", "Steve Biko", "Negro Gato", "Spike Lee Girl", demais integrantes da Família *Black Chat* e participantes da lista de discussão da CIN, cuja atividade cotidiana, virtual↔real, muitas vezes, foi a inspiração para a abordagem de aspectos contidos nas páginas seguintes.

À Elisa, por oferecer uma larga passagem de sua história de vida como matéria à compreensão deste estudo.

À professora Sônia A. A. Marrach, por me sugerir a retomada do meu grande tema.

unesp

"Porquê falar de mim? Não é decente, normal e sério que, quando se trata de ciência, de conhecimento e de pensamento, o autor se apague atrás da sua obra e desvaneça num discurso tornado impessoal? Devemos, pelo contrário, saber que é aí que a comédia triunfa. O sujeito que desaparece do seu discurso instala-se de fato, na torre de controlo. Fingindo deixar lugar ao sol copernicano, reconstitui um sistema de Ptolomeu, cujo centro é seu espírito. (...) Não é ciência anônima que se exprime pela minha boca. Não falo de segurança de um alto de um trono. Pelo contrário, minha convicção destila incerteza.

(...) trabalho como num absoluto, numa obra relativa e incerta... Mas sei, cada vez melhor, que o único conhecimento que vale é o que se nutre da incerteza e que o único pensamento que vive é o que se mantém à temperatura da sua própria destruição." (Morin, 1987, p. 26-7)

unesp

Sumário

Introdução geral....p. 8

Capítulo I: "Como pode um país não enxergar metade de seu povo?"
Introdução....p.18
1 A história da revista *Raça Brasil*, por Aroldo Macedo....p.18
2 A história da revista *Raça Brasil* : *in off*....p.27
3 *Raça Brasil*: "Foi esse o nome com que meu sonho ficou conhecido."....p.30
4 *Raça Brasil*: "_ Pisa que esse chão é seu ... !"....p.31
5 Para além da obsessão com o pêlo capilar: a história de *Raça Brasil*, segundo Elisa....p.35
6 O lançamento de *Raça Brasil*, a revista mensal do negro brasileiro....p.37
7 As associações em torno do produto *Raça Brasil*....p.43
8 Os caminhos da definição do perfil político da revista *Raça Brasil*: divórcio com a comunidade, ou abertura?....p.50
9 Dos riscos implicados na produção à definição do perfil de *Raça Brasil*....p.56
10 O negro brasileiro em *Raça Brasil*....p. 62

Capítulo I I: "Você imagina levantar o véu de 90 milhões?"
Introdução....p.68
1 Os anos 90: referências genéricas sobre o contexto de produção, circulação e recepção do conteúdo de *RB*....p.68
2 A centralidade conferida à "geração global" *versus* a constância da produção social advinda dos centros periféricos....p. 69
3 Cidadãos conscientes ou clientes inquisidores: as relações de sociabilidade....p. 73
4 As reações emocionais: o desejo de sentir-se em comunidade e o sentimento de intolerância....p. 80
4.1 O *boom* religioso: uma resposta aos medos....p. 83
5 Corpos reunidos *versus* corpos interconectados....p. 85
6 As próteses tecnomediáticas e as relações de sociabilidade: a liberação da diversidade e a formação de identidades híbridas e flexíveis....p. 88
7 A rebeldia como valor cultivado....p. 91
7.1 A vaga de adulto desocupada, o neodarwinismo social e a queda da incidência dos movimentos de contestação....p. 91
8 A especificidade do jovem afrodescendente: o fator origem étnica....p. 97
9 O primeiro obstáculo à identificação do espaço social e econômico ocupado pelos afrodescendentes: entre a cor e a origem étnica....p. 105
10 Da periferia para o centro: a produção das esferas marginais como matéria à composição do perfil de *RB*....p. 107
11 A população consumidora negra que *RB* encontra na ocasião de seu lançamento....p. 112
12 A circulação de *RB*: a pressão social exercida....p. 116
13 *RB*, o sujeito negro e a construção do tema para si....p.122
14 O impacto e o perfil de *RB*: a análise da revista, segundo Sodré....p. 124
14.1 A imprensa negra brasileira....p. 129
15 *Raça Brasil*: a revitalização da "escada celestial"....p. 131
16 *Raça Brasil*: o impacto social para além do surgimento de produtos e serviços para negros....p. 134

Capítulo I I I: "A história não avança maciçamente como um rio."
Introdução....p. 137
1 *Raça Brasil* e a especificidade das dinâmicas decorrentes de sua circulação....p. 137
2 A socioecologia da ação: os fundamentos para a identificação de uma face do movimento negro dos anos 90....p. 140
3 Os princípios da ecologia da ação....p. 144
4 A causalidade circular complexa....p. 146
5 A história das comunicações interacionais: o acentrismo, o erro e aleatoriedade....p. 148
6 O "mundo é perfetcho", ou é o fim da história....p. 151
7 A organização ativa....p. 154
8 O movimento evolutivo....p. 155
9 A percepção da história do movimento negro: a ascensão, ou descenso? ....p. 157
10 No (re) encantamento com as interações cotidianas, ver os movimentos negros....p. 159
11 *Raça Brasil*: um movimento cotidiano de construção de ineficiência do mito....p. 162

unesp

Capítulo I V: "... Muita gente continua engasgada com a nossa *Raça* (Pode considerar o trocadilho)..."
Introdução....p. 164
1 O tema genérico de referência, tematizar, temáticas e tematizações: compreendendo a produção de *Ser 100% Negro: o movimento black's beautiful à brasileira*....p. 164
2 Heterogeneidade de tematizações: o surgimento das zonas de atrito como atividade geradora do movimento....p. 166
3 A atividade (re) geradora e regeneradora do movimento negro: as policausalidades e as tematizações plurais....p. 167
4 O movimento se constrói na realidade plural e mestiça....p. 169
5 Repertórios mestiços e a produção desestruturada do movimento....p. 175
6 O movimento negro como um conjunto de tematizações em torno do tema....p. 178
7 O que é e a que serve o protesto?....p. 179
7.1 Sobre as propriedades de um protesto....p. 182
7.2 O sentido do protesto....p. 184
7.3 Protestos individuais e coletivos: a exposição do tema aos choques interacionais....p. 186
8 A tematização promovida por Spike Lee Girl: um impacto desestabilizador e (re) educativo....p. 187
9 A maximização de agentes em torno do tema e a solidariedade ao tema no efeito multiplicador....p.189
9.1 A concorrência por um grande público....p. 190
9.2 A especificidade da concorrência pela maioria para o tema do protesto negro....p. 193
10 As relações entre negros e brancos no Brasil....p. 193
11 Paralela à produção do mito e da ideologia do corpo, as atividades de tematizações geradoras do movimento negro....p. 201
12 Identidades negras, práticas discursivas e a vivificação do tema genérico de referência....p. 202
13 Tematizações: a fricção e relativização dos princípios discordantes....p. 205
14 A ordem, uma constelação de signos, e os signos sobrelevados na ordem com *RB*....p. 207
15 A circulação dos signos e a construção do tema genérico de referência na convivência tumultuada....p. 209
16 "100% Negro" e "*Black's beautiful* à brasileira dos anos 90": o protesto construído nas zonas marginais e o interesse de mercado entrefecundando-se na geração de um movimento unidual....p.211

Conclusão....p. 221

Bibliografia....p. 225

Resumo....p. 228

Abstract....p. 229

Anexos....p.230

Introdução geral

Neste trabalho focamos a revista *Raça Brasil*, um produto da editora *Símbolo*, do ponto de vista da práxis pedagógica do cotidiano, com o objetivo de identificar a relevância de sua produção social para a história das relações interétnicas no Brasil. A isso se deve a relevância de nosso estudo, bem como ao fato de contribuir à preservação da memória da história do segmento de origem étnica negra.

"Como pode um país não enxergar metade de seu povo?" , primeiro capítulo, foi organizado no intuito de dispor um conjunto de dados que permita, ao leitor, o entrosamento e uma percepção mais apurada com relação a nosso objeto de estudo, a revista *Raça Brasil* (*RB*).

Reconstruímos, a partir daí, em "Você imagina levantar o véu de 90 milhões?", capítulo I I, as características do contexto de produção, circulação e recepção final desse meio técnico de informação particular, a revista *RB*, inicialmente, concebida com o objetivo de atingir o consumidor de origem étnica negra, cuja trajetória histórica, no país, atende à especificidade de pertencer às chamadas *minorias socialmente discriminadas*.

O objeto de estudo foi, assim, submetido a uma análise sócio-histórica através da qual, uma vez necessária a atividade de buscarmos delineamentos genéricos acerca do contexto onde o meio, *RB*, está inserido e é empregado, exploramos aspectos tais como: a) os fatores nos planos sociocultural e político-econômico que se imbricaram, estão na origem das motivações e podem ser apontados como decisivos para o surgimento dessa revista, no mercado nacional, precisamente, na segunda metade dos anos 90, ou seja, quais as mudanças suscitaram a demanda de sua produção, ou a tornaram oportuna em um tempo determinado; b) os indicadores que justificam adoção da linha editorial da revista, bem como a seleção de áreas e pontos polêmicos de interesse nela trabalhados mais enfaticamente, além de eventuais revisões que culminaram na inclusão, suspensão, ou alteração do enfoque desses, segundo as exigências do seu público leitor consumidor; c) informes acerca dos impactos gerados com a introdução dessa revista no mercado, considerando as características da modalidade técnica em questão, isto é, um material impresso, com suporte iconográfico, dirigido a um consumidor cuja particularidade deve ser considerada; d) referências relativas ao perfil da editora *Símbolo*, através da qual *RB* é publicada e e) os mecanismos de interação, tal como a manutenção do *Black Chat* da revista, o qual ultrapassou os limites previstos de um possível estreitamento de relações com os leitores, redundando na criação de histórias paralelas, contudo,

unesp

interdependentes, isto é, a formação da Família *Black Chat* (FBC) e, posteriormente, do grupo de discussões Confraria da Intelectualidade Negra (CIN, cujo mote é "diga CIN a um irmão")[1].

A exigência de dados confiáveis e detalhados acerca do histórico de nosso objeto de estudo, nos levou a contatarmos interlocutores cujo envolvimento com as causas motivacionais para a concepção e produção da revista, bem como a sua estreita proximidade e intervenção direta sobre elas, lhes dariam suporte para responderem, satisfatoriamente, a questionamentos, tais como aqueles abreviados nos itens acima elencados. Das informações obtidas, convenientemente, reunidas no capítulo I, pudemos nos beneficiar, no sentido de alargarmos nossa percepção quanto ao objeto que selecionáramos para estudo. Depreendemos a fundamentação filosófica que ampara e orienta o eixo sob o qual a composição mensal do material deve incidir. Alcançamos elementos, os quais nos permitiram situarmo-nos no campo de atividade daqueles que produzem a revista, entrevendo mais claramente esse processo, a partir da perspectiva dos agentes emissores.

Nessa primeira fase de nosso trabalho, tivemos propiciadas as condições que tornaram oportuna a recuperação e diálogo com algumas das séries de impressões acerca da revista *Raça*, as quais já colecionáramos de diálogos informais e cujos sentidos tendiam a subtrair, ou diminuir severamente a importância dessa publicação para a população de afrodescendentes, bem como à reconfiguração da história das relações interétnicas, no Brasil, notadamente, entre negros e brancos. A respeito, dentre versões "apocalípticas e integradas", para nos utilizarmos das expressões que dão título à obra de Eco (1993), podemos destacar as seguintes falas, expressas por entrevistados: a) a revista seria racista, "incitaria um racismo inverso", isto é, de negros com relação a brancos; b) os idealizadores de *RB* pretenderiam "macaquear" os EUA, "mas as nossas questões são outras", de forma que "a revista não teria sentido", na sociedade brasileira; c) à existência dessa revista brasileira, "só para negros", no mercado nacional, deveria se atribuir "grande importância" porque, desse modo, "teríamos assumido que, aqui, no Brasil, o racismo é praticado", de tal forma a tornar uma publicação como *Raça* um material necessário; d) o negro somente parece estar "cumprindo o papel dele na sociedade", quando é o autor responsável de "atos condenáveis" dentro dela, de maneira que a revista *RB* "serviria para incomodar"; e) *Raça* seria o "arauto" que mostra à sociedade a "força de nossa raça" em se "desvencilhar da força da opressão" e "alcançar o sucesso"; f) a revista seria "incoerente", uma vez que Aroldo Macedo transformaria "um problema de ordem grave, o racismo e o preconceito, em vitrine de roupas, artefatos de beleza", criando uma tensão com os militantes, bem como acadêmicos, cujas reflexões não teriam espaço de serem nela veiculadas; g)

[1] Os anexos em A nos dão suporte para que compreendamos a atuação dos integrantes da *FBC* e *CIN*.

unesp

o espaço concedido a artistas negros, mais freqüentemente entrevistados, ou presentes nas capas de seus números, seria questionável, uma vez que "eles nada teriam de substancial a oferecer ao jovem negro, consumidor da revista", ademais seus "superficiais e frágeis" pontos de vista poderiam "aprofundar o seu estado de alienação", "desvirtuá-lo do essencial", ou seja, das razões que o faz permanecer assentado nas esferas mais espoliadas da sociedade; h) a inscrição "a revista para negros brasileiros" seria muito "radical, por certo, procedente de negros militantes", os quais costumam expressar um "racismo inverso, prova disso seria o fato de que nenhuma outra revista faz essa discriminação, especificando-se como produto para brancos" e i) por se constituir em objeto de consumo que tem firmado um compromisso com o mercado, a revista nada reproporia, não abrigaria qualquer aspecto capaz de impelir à desestruturação das relações interétnicas e de poder, as quais já se travam no cotidiano, assim, a apologia do impacto desestabilizador de *Raça* deveria ser repensada, por se constituir em "alumbramento infundado", ou, nos termos empregados por uma outra fonte de avaliação, a revista prestaria um " verdadeiro asserviço" à sociedade.

Muitas interrogações nos sobrevieram diante de nosso contato com afirmações dessa natureza, acerca das quais contra-argumentávamos.

Balizadas por um repertório construído, sobretudo, a partir do conteúdo presente na seqüência de volumes que integram a obra *O método*, respectivamente, *A natureza da natureza*, *A vida da vida* e *O conhecimento do conhecimento*, de Edgar Morin, nossas ponderações nos levavam à interrogação seguinte: "__ Mas, por reafirmar relações de mercado, a revista *RB*, para além disso, nada arrastaria enquanto causa?" E a partir daí: "_ Tais efeitos produzidos, independente de sua natureza, não enxertariam novos elementos na história das relações inter-raciais, os quais merecem, por tal razão, uma atenção mais detida?"

No capítulo I, consideramos pertinente reproduzir, na íntegra, o depoimento de Aroldo Macedo e de outros mais diretamente envolvidos no processo de (re) geração do perfil de *RB*, os quais, em larga medida, são responsáveis pelo cumprimento da meta a ser contemplada mensalmente por essa publicação, isto é, colaborar para elevação da auto-estima e valorização do negro brasileiro.

Optamos por trazer as transcrições de tais declarações a reconstruí-las, uma vez que, assim, oportunizaríamos, através de sua leitura, um maior entrosamento com a ótica e espaço no qual estão situados e se pronunciam os nossos interlocutores e, na ausência de um maior número deles, é porque nos sobrevieram as dificuldades, em pesquisa, apontadas por Bloch (1987).

unesp

Não concluamos que os "grandes desastres da humanidade" sirvam à história, nos adverte o referido autor, mas a rotina de uma "vida social sem sustos febris", ao contrário do que se possa supor, é terreno mais escorregadio para se investigar e, assim, de se contribuir para preservação de sua memória. É a esse terreno que a história e a produção social de *RB* pertencem, portanto, "(...) não convém exagerar muito os privilégios do estudo do presente" (Bloch, 1987, p. 54).

De fato, o explorador do atual conta com a possibilidade de "captar a vida do modo mais imediatamente sensível", na ausência das provas deixadas por aqueles que o antecederam, as quais o beneficiasse, comunicando dados relevantes, tal como pode ocorrer no caso dos exploradores das "épocas longínquas". Ocorre, contudo, que "(...) são as revoluções que forçam as portas dos cofres de ferro e obrigam os ministros a fugirem, antes de terem tempo para queimar os seus papéis secretos." (Bloch, 1987, p. 68) Assim, "(...) o historiador do presente se encontra totalmente privado dessas "confidências involuntárias". Convinha-nos [__ ironiza] muito mais um cataclismo valente." (Bloch, 1987, p.69)

Em nosso trabalho, portanto, ficamos diante dos males obstaculizadores à memória, ou sugestivos à "ignorância", os quais atendem a "perigosa paixão pelo segredo" (dos negócios, da política) e à "negligência" que extravia documentos (Bloch, 1987, p. 69).

Não nos foi permitido, por exemplo, o acesso à caixa de correspondências de *RB*, cuja necessidade estaria em demonstrar em que medida as sugestões e críticas do público leitor, de repertórios distintos, contribuíram para a promoção de reordenamentos no enfoque através do qual a revista é concebida mensalmente. A importância do estudo dessas comunicações é tal que se constitui em matéria de investigação com importância em si mesma. Teriam, nos justificaram, a praxe de, após efetuadas as suas leituras, eliminarem as correspondências via *e-mail*, ou de cartas postadas à redação da revista.

Em seu 6º ano no mercado nacional, *RB* encomendou uma série de pesquisas junto a seus leitores, as quais não nos foi concedido o acesso que nos permitiria encontrar respostas às questões: "__ Quem é o leitor de *Raça*? Quem é o leitor negro de *Raça Brasil*? Quais as expectativas do consumidor negro brasileiro?" Resulta daí que, desde a segunda metade do ano de 1996, *RB* vem acumulando, também através do contato do leitor com a redação da revista, um amplo quadro de dados sobre a população de origem étnica negra dos anos 90.

Tais informações, entretanto, permanecendo retidas e desorganizadas, ficam sob o risco mais certo de serem por completo desperdiçadas, quando poderiam servir a um campo maior

unesp

que aquele das relações de mercado. A inacessibilidade aos dados, bem como o ocultamento da conclusão mercadológica depreendida dos mesmos, têm por trás de si o que se classifica de "segredo da proteção aos negócios".

Não se deve esperar que a ciência e o mercado procedam de forma idêntica, porque àquela deve interessar o compromisso de, tomando as palavras de Bloch (1987), nos "ajudar a viver melhor"?

> Quanto aos motivos que levam a maior parte das nossas empresas a recusarem tornar públicas as estatísticas mais indispensáveis a uma sã orientação da economia nacional, é raro que sejam dignos de respeito. A nossa civilização terá realizado um progresso imenso no dia em que a dissimulação arvorada em método da acção e quase em virtude burguesa ceder o lugar ao gosto da informação: quer dizer necessariamente à permuta de informação. (Bloch, 1987, pp. 69-70)

Rechaçar tal fato, aventando que os dados de uma das pesquisas realizadas através de encarte, em *RB*, foram divulgados na imprensa, implica em desconhecer as motivações reais da editora *Símbolo* para tal.[2]

Ocorre que o momento era oportuno à mobilização de empresas e consumidores possíveis. De um lado, a estratégia mercadológica consistia em persuadir os negros brasileiros a investirem, sobretudo, em sua aparência física, bem como a encamparem a condição de emergentes consumidores exigentes de produtos e serviços. De outro, urgia levar ao conhecimento das empresas nacionais a existência do segmento social cujo poder aquisitivo não era explorado e a elas oferecer as razões que se constituíssem em incentivo para influírem na reversão de tal quadro.

A editora *Símbolo* vai lograr com a propagação de tais informações, tão logo isso, diretamente, signifique ampliar o público/leitor de seu produto *RB*, mantê-lo no mercado e, por extensão, tornar-se mais conhecida, de forma a alcançar para si um maior consumo de suas demais publicações. Do lançamento de *RB* até a última edição, incluída em nosso trabalho, a revista número 52, dezembro, 2000, a variedade e quantidade de anunciantes, expondo produtos nacionais, especialmente, os étnicos, tal como os distinguem, é reveladora.

Todavia, interessante é notar como essa estratégia de mercado, a qual se mostrou eficiente, adquiriu outro significado socialmente, de maneira que *RB*, um produto da editora *Símbolo*, concebido para ser comercializado, não pode ter a sua história compreendida somente a

---

[2] Ver anexos B referentes ao resultado da pesquisa de *Grottera*, bem como o questionário utilizado para captação dos dados, o qual chegou ao leitor de *RB* encartado na edição de agosto de 1997.

unesp

partir dessa sua condição. A quinta seção do capítulo I, "Para além da obsessão com o pêlo capilar: a história de *Raça Brasil*, segundo Elisa", depoimento de uma adolescente negra que adentra e experiência essa fase como leitora da revista, explicita tal conclusão, bem como os desdobramentos mais diretos dessa publicação no cotidiano de inúmeros sujeitos anônimos, em uma sociedade que permite a ela ser dirigida a formulação seguinte: "Como pode um país não enxergar metade de seu povo?"

O capítulo I, traça a história de nosso objeto de estudo, *RB*, um produto de circulação nacional, que vai se constituir em uma resposta provocativa a essa interrogação, quando a conveniência de sua especificidade, isto é, sobre/para negros, passa a questionar os valores do contexto no qual se insere. Como veremos, a receptividade que expressa tal conveniência do produto *Raça*, e pode ser verificada seja em tempos de alta, ou reduzida marca de vendagens, implica sempre um retorno à questão: "Como pode um país não enxergar metade de seu povo?"

Distinto das ciências exatas, o registro da História, da qual se deve rejeitar a extração de seu "quinhão de poesia", sob o pretexto de que somente assim ela possa "satisfazer também a nossa inteligência" (Bloch, 1987, p. 11-23), não exige menos rigor com relação à apuração de suas matérias de estudo. Partindo desse princípio, adotamos a alternativa de acompanhar e tomar a coletânea de *RB*, dos números 1 ao 52, o que nos oportunizou uma leitura mais abrangente do conjunto da publicação e nos permitiu afastarmo-nos de asserções reducionistas já vulgarizadas acerca de nosso objeto de pesquisa.

Muitas das asserções construídas com respeito à *RB* e com a quais nos deparamos, em parte se desenvolveram em razão de frágeis percepções quanto ao contexto no qual essa publicação é produzida, circula e é empregada pelos homens de nosso tempo. Assim, no capítulo I I, procedemos a análise sócio-histórica da revista, de maneira a contribuir para a compreensão tanto das contingências que atuam como fatores decisivos para a composição de seu perfil, quanto daquelas a partir das quais *RB* encontra receptividade, a acolhida entre o público/leitor por ela visado.

"Você imagina levantar o véu de 90 milhões?", questiona Aroldo Macedo quando trata de nos colocar frente à dificuldade do "projeto" *Raça Brasil*. Esses chamados *noventa milhões*, isto é, os afrodescendentes brasileiros, enfrentam a realidade hostil da Terceira Revolução Industrial, do ponto de vista de quem tem o histórico familiar baseado em um círculo de desvantagens cumulativas e experiencia um cotidiano marcado pela exclusão rotineira, em virtude do fator *procedência étnica*. Nesse sentido, compreender o contexto, nos oferece embasamento para

unesp

o entendimento maior quanto à especificidade do compromisso de *RB* para com o segmento afrodescendente da população brasileira, ou seja, influir de forma que o negro, a respeito do qual a sociedade concentra expectativas negativas, possa munir-se de auto-estima para obter maior êxito na cadeia competitiva.

A natureza de tal compromisso, bem como a série de críticas aqui já mencionadas, desqualificam *RB* como um objeto cultural de relevância à produção da história das interações interétnicas no Brasil, a despeito da própria revista que, no entrosamento com seus consumidores/leitores, identifica a importância de seu papel para o segmento afrodescendente, isto é, seja do negro na sua relação para consigo, com outros de sua procedência étnica, ou na interação de negros↔brancos. A respeito, a questão é se podemos ignorar os impactos, ou resultados, os quais *RB* afirma ter alcançado, e grande parte de seus leitores os confessam, somente em razão de entrarmos em desacordo, ou conflito, com os nossos esquemas lógicos e conceitos, sobretudo, aqueles que temos por mais caros.

Ao afirmarmos que *RB* é só mercado, notadamente, na sua obsessão por cabelos, não teremos também nós nos fixado em tal assunto, ao ponto de não a concebermos para além dessa dimensão? Afinal, recorda-nos Pross (1997, p.125), "um protesto não está na peruca, mas na cabeça".

Na recusa em ceder a essa obsessão, nos voltamos às dinâmicas suscitadas a partir da circulação de *RB*. Buscamos na "socioecologia" da ação, nas asserções do "amétodo", defendido por Morin, o embasamento teórico para tal.

A ótica do pensamento ecológico da ação, ou da teoria da auto-organização, corresponde à revolução copernicana, com a diferença de retirar o homem do centro do universo para focar os processos interacionais, as comunicações que ocorrem entre todos os elementos da organização.

Quais as implicações disso para a forma de conduzirmos nosso olhar acerca de nosso objeto de estudo?

Primeiramente, superamos o propósito de julgarmos *RB*, bem como as interações que dela se desdobram. "Efeito bom ou mau?"__ essa questão não se propõe dentro da perspectiva moriniana. Ocorre que as interações são "arrastadas" por um circuito de causalidade circular complexa, no qual há aleatoriedade e erro. Dessa forma, a alternativa é submeter a análise do objeto à ótica da História compreensiva.

unesp

Em segundo lugar, passamos a conceber a produção do movimento negro como produto das atividades desordenadas do cotidiano e, portanto, como um processo necessariamente acêntrico e policêntrico, o qual tem na singularidade dos impactos de *RB* a atividade geradora de uma das faces que o constitui.

Ademais, quando focamos os processos interacionais, o nosso objeto de estudo, passa a ser percebido com respeito às possibilidades de interação que abre no tocante a um determinado tema genérico de referência, isto é, as relações entre negros e brancos no Brasil, o qual tem em torno de si um baixo índice de interação/atividade, em razão do mito da democracia racial dificultar o surgimento de zonas (intelectuais) de atrito.

RB aborda questões acerca das quais os sujeitos aprendem a respeito muito mais nos intervalos entre as instituições, ou independente delas, isto é, nos diálogos segredados com o companheiro, na reflexão pessoal, motivada pela experiência vivida, como exemplos. Porque suscita a exploração do tema, logo, os atritos (cognitivos) em torno dele, *RB* encontra sua importância nas interações comunicacionais, eminentemente (re) educativas, que se efetivam no cotidiano. Temos sublinhado, assim, a relevância maior da produção social de *RB*, isto é, tematizar, expor a questão ao choque do calor das relações interacionais, ser fonte potencial geradora de zonas de crises (intelectuais) acerca do tema ao qual se reporta, ou perpassa.

Todavia, focar as relações de interação nos leva à percepção das dinâmicas que tecem a história se projetando em um realidade eminentemente mestiça, na qual a estática, a mudança, a involução, podem coexistir amalgamadas em um mesmo processo, ou em uma face dele. Com isso, nos é possível compreender a natureza das dinâmicas que emergem das relações de comunicações provocadas pela circulação das formas simbólicas, ou conteúdo, da publicação de *RB*. Tais dinâmicas denominamos convenientemente *Ser 100% Negro, o movimento black's beautiful à brasileira*. Assim, a quarta parte deste material, "A história não avança maciçamente como um rio", foi organizada no sentido de explicitar em que consiste essa face do movimento negro.

Precisamos fazer a passagem do pensamento que separa àquele que saiba juntar, insistentemente, sublinha Edgar Morin, no conjunto de suas obras. Ao objetivarmos essa passagem, não nos sentimos ante ao desconforto da dúvida: "Como eliminar todas as contradições encontradas?" e, a partir daí, nos foi possível identificar e conceber *Ser 100% Negro, o movimento black's beautiful à brasileira*, constituído de elementos de caráter, em um só tempo, antagônicos, concorrentes entre si, todavia, complementares. Como isso é possível?

unesp

O que chamamos de ordem é uma constelação de signos, resume Pross (1997). *RB* não "põe abaixo" a constelação dos signos da ordem que vige, todavia, gera desordem nessa mesma constelação, em razão de lhe resgatar os signos e exibir as suas próprias referências através deles.

Em "Muita gente continua engasgada com a nossa *Raça* (pode considerar o trocadilho)...", capítulo final, tratamos da formação das zonas de conflitos em torno do tema genérico de referência, do movimento desestabilizador, inflamado pela publicação *RB*.

Capítulo I

"Como pode um país não enxergar metade de seu povo?"•

• Por Aroldo Macedo, em Linha de Frente, em *RB*, nº 1, quando nos apresenta as motivações para composição do perfil da revista recém-lançada.

cm 1 2 3 4 5 6 7 8 unesp 12 13 14 15 16 17 18 19

Introdução

O que é o produto *RB* da editora *Símbolo* o qual tomamos como objeto de estudo e a ele atribuímos relevante papel no tocante às dinâmicas de (re) geração do quadro das relações interétnicas, precisamente, entre negros e brancos, no Brasil?

A história de *RB*, veremos, tem sua origem e curso atrelados à interrogação que dá título ao primeiro capítulo deste nosso trabalho: "Como pode um país não enxergar metade de seu povo?" Ademais, a partir das discussões propiciadas por tal questão, nos é possível dimensionar a relevância da publicação *RB*, no contexto no qual é inserida.

No intuito de reunir um maior número de dados, a partir dos quais nos seja possível oportunizar uma relação de proximidade e percepção acurada quanto ao nosso objeto de estudo, *RB*, o encadeamento das seções seguintes foi organizado de forma a contemplar aspectos que abranjam desde a origem das motivações dos sujeitos mais diretamente envolvidos no processo de criação às contingências socioculturais e político-econômicas implicadas na definição da natureza do perfil da revista.

Na ausência dos cataclismas, acerca dos quais nos faz referência Bloch (1987), capturemos as informações abaixo como recurso à preservação da memória de elaboração de *RB* e, por extensão, da própria história das relações interétnicas no Brasil, dado que a sua produção social a essa se corporifica.

1 A história da revista *Raça Brasil*, por Aroldo Macedo[3]

"A revista *Raça* foi criada há três anos. Ela é totalmente na contramão do que se espera da criação de qualquer produto (...) Normalmente quando se que criar uma coisa você faz uma pesquisa. No caso de um veículo de informação, você faz uma pesquisa para saber se ele é pertinente, se existe público para aquilo...,se têm pessoas que se interessem por aquele assunto (...) No caso da *Raça*, foi totalmente... Eu trabalhava com cinema, com vídeo, não tinha nada a ver com revista... Eu nunca tinha trabalhado com revista. Eu vim para o Brasil, morava em Nova York _ seis anos_ (...) prá fazer um filme de capoeira. Eu trabalhava com cinema, com filme (...) Tinha a questão racial porque tinha interesse em não só mostrar a capoeira, mas as religiões afro-brasileiras e até porque a capoeira tem outra conotação... Ela foi um instrumento de libertação, hoje ela é de integração, (...) ou seja, naquele momento, numa aula de capoeira, é único momento onde você tem um menino de rua se

[3]Na ocasião da entrevista, agosto de 1999, diretor responsável de *Raça*. A partir de abril de 2000, tal cargo passa a ser ocupado por Amélia Nascimento, quando Aroldo Macedo se retira das atividades internas da redação. Recentemente, em co-autoria com Oswaldo Faustino, lançou *Luana__ a primeira heroína negra infantil dos quadrinhos brasileiros*, bem como *A cor da vitória*, da *Editora Gente*. O caráter pioneiro do trabalho de Aroldo Macedo, com esse tema, data desde o início dos anos 80, quando produziu uma agência de modelos/as negros/as, chamada *Maria Fumaça*. Anterior ao fato, foi o primeiro modelo negro a atuar em um comercial de TV sobre os produtos da marca *Walita*. Essas experiências primeiras marcarão o processo de criação da linha editorial de *RB*, relacionado ao mercado de cosméticos e moda.

cm 1 2 3 4 5 6 7 8 unesp 12 13 14 15 16 17 18 19

relacionando, sei lá, com uma menina de classe média alta, rica, seja lá o que for... É o único momento onde se tocam porque ele não vai lá na casa dela e ele não vai lá na casa dela, entendeu? Então, ... este é um aspecto positivo da capoeira atualmente. E aí eu escrevi o roteiro, ficou documentário, trouxe para o Brasil. Aí tava procurando patrocinador, aí lembrei da Joana que tinha trabalhado comigo que é dona da editora *Símbolo*: '_ Olha, Joana, eu tenho um filme de capoeira (...) Eu acho que vai ser legal (...)' e, no meio do papo, surgiu a idéia: vamos fazer uma revista prá negros...' Então, não tem muito idealismo, muita fantasia, não sei o quê... Foi exatamente assim que foi criada. Entendeu? Ichii... Tem tantos milhões de negros... Não. Não tem nada disso! Foi criada assim... E aí eu liguei prá ela e disse: '_ Olha! Eu vou dar um nome prá tua revista: *Raça*! Porque raça tem duas conotações... Vamos dizer...: "é da raça" significa: um negro entende que aquela outra pessoa também é negra e raça [também significa] é garra etc. e tal...' [__ recebe como resposta a sua sugestão uma proposta:]'_ Não, você, não 'tá dando um nome prá minha revista... Você 'tá dando nome prá revista que, você, vai dirigir'...__ falei: '_ Não. 'Tô lá em Nova York. Não quero nem saber...' E aí eu sei que, três meses depois, eu vim pro Brasil dirigir a revista, criar a revista. Então, em um primeiro momento, não se tinha referência nenhuma no Brasil. Tinha outros tipos de revista e tal... Aí, eu pesquisei documentos de 1900 e pouco... que eram jornais da imprensa paulista (...) e outros naquela época... 'Qual era a linha?' [__ era o aspecto que buscava investigar.] Porque não me interessava fazer uma *Ebony*, uma *Emerge*...[__ que são revistas publicadas para o leitor negro norte-americano__] porque embora a gente tenha vindo do mesmo continente (né?), os negros norte-americanos são completamente diferentes dos negros brasileiros. São outras histórias. Lá existia uma lei, aqui não existe lei (...) É uma outra realidade. Eu fui pesquisar esta imprensa. Aí tinha pouca referência, pouco dado, mas foi inspirador porque refletia mais uma coisa social... Entendeu? Festa não sei aonde... Obviamente, até pelas circunstâncias em que foram criadas (...), eu posso imaginar as dificuldades e as condições sociais da época prá se criar um jornal para a comunidade negra em 1900 e qualquer coisa (...) Então, é isso! Eu fui avançando na criação da revista. A gente começou a discutir seções, eu trabalhei isolado, sozinho, depois vieram as outras pessoas e a gente chegou naquele formato. A gente entendia que aquela revista poderia ser uma revista que atendesse a um número que a gente não sabia ainda de potenciais leitores... E aí a gente foi atrás dos números e os números que tinham eram números que não inspiravam confiança. Eram números do IBGE. Pesquisas velhas antigas e tal... Então, a gente descobriu uma pesquisa muito interessante que era do Data Folha[4] porque a diferença do *Data Folha* é que era a auto-classificação... Então...[Racismo Cordial?] Isso! As pessoas se classificavam. Elas diziam: não sou branco, sou negro, sou isso, aquilo... E nesta auto-classificação, inclusive, era muito recente, 95..., a gente estava no ano de 96, então, tinha um ano (...) dava um número muito significativo que era 59% da população era composta por negros e mestiços. Aí vem uma conta muito simples. Se você tem uma população de 180 milhões, você tem 90 milhões de negros e mestiços no Brasil... Muito bem. Isso é até um pouco óbvio porque visualmente se pode constatar isso...Mas, não era ainda o suficiente porque uma revista ela ... não é só feita de ideais. É feita por vendas, de bancas e anunciantes para ela poder se pagar, pagar uma estrutura. Então, o que acontece? A editora diz assim: 'Quanto essas pessoas ganham?' Porque existiam três mitos: negros na capa não vende; negro não tem poder aquisitivo; negro não tem orgulho de ser negro. Esses são três mitos, né? Isso é terrível.[__fala entre dentes, murmurando.] Bom, então, vamos agora sentir... : o 'Negro na capa não vende.': só quando se esgotar nas bancas...; 'Não tem orgulho de ser negro': só quando a revista sair. Vamos ver o poder aquisitivo e [__esclarece__], até porque tem que se provar pros anunciantes que negro tem poder aquisitivo..., que aí a gente pode anunciar... [Notemos que os dados da referida pesquisa não precedem o interesse e as expectativas com respeito ao projeto *RB*. Ao contrário do que se supõe, somente após os primeiros números lançados da revista é que o mercado terá informações acerca deste segmento de consumidores, isto é, os negros.] (...) através do cruzamento de dados a gente chegou a uma classe média negra _ que pode se considerar assim_ de seis milhões de negros que ganham acima de vinte salários mínimos, contra sete milhões e

[4] Aroldo Macedo se refere à pesquisa realizada pelo Jornal Folha de São Paulo, publicada no caderno especial de domingo, de 25 de junho de 1995, apresentado sob o título de "Racismo cordial__ a maior e mais completa pesquisa sobre o preconceito de cor entre os brasileiros".

meio de brancos que ganham também vinte salários mínimos _ com renda familiar_ de dois mil e poucos reais... Então, a classe média brasileira é em torno de dezesseis por cento, ou seja, é bicolor... Onde você tem uma miséria avassaladora e uma pequena elite (...) A gente tinha dois caminhos: a gente tinha a miséria e a classe média (...) Optamos pela classe média que seriam os oito milhões. Focar nisso (prá que?) os anunciantes não viam essa classe média, não anunciavam prá essa classe média, eles ignoravam essa classe média, essa classe média era invisível a todos... Ao mesmo tempo serviria de exemplo prás pessoas que não tinham tanta renda. Poderiam ver e se mirar em exemplos prá poder também ascender-se socialmente, e financeiramente, e assim por diante... Essa era a filosofia. Mas (!), por outro lado, a gente não podia fazer uma revista com um corte social, então, a gente aboliu isso, num segundo momento ... Fizemos uma revista prá todo mundo. Onde o mote principal seria a auto-estima... Trabalhar em cima da auto-estima das pessoas. Por quê? Por que é óbvio que se você não têm um espelho, você não tem onde se mirar...! A auto-estima... Hoje você está muito bem, daqui a uma hora você está com a sua auto-estima baixa... Aconteceu uma coisa e te derrubou. Ou, você acordou mal e daqui a pouco tá bem... Auto-estima não é uma coisa assim que segue um padrão dia a dia...mas, nessas oscilações, a auto-estima da comunidade negra era muito baixa porque você não tinha referencial, em nenhum momento... Ora! A imprensa de um modo geral não destaca e não dava visibilidade aos negros que faziam e poderiam servir como exemplo (...) Outro momento, ela apresentava o negro como perigoso, ou como marginal. Né? À margem da sociedade...Era difícil, ter um orgulho. Aí quando a revista saiu, o que aconteceu? É como se você levantasse um véu. Então, o véu foi levantado de uma forma surpreendente prá todos ...e... não credito sucesso somente ao vazio que ela preencheu... Não! O sucesso foi porque... (caramba!!!) Eu nunca vi... As pessoas ligavam, prá redação, cho-rando! Chorando, de não conseguir conter... Tem gente que ligava, de todas as idades... De setenta anos: '_ Puxa vida...! Ainda bem que surgiu essa revista... assim, eu posso morrer e ter uma revista que me complete..., não sei o quê... e assim por diante. Teve cenas fantásticas. Teve gente que... Lembro de uma bem emblemática que uma menina ligou e disse que todas as manhãs ela imaginava que ia acordar branca e acordava negra... Então, ela tinha aquela dificuldade de se identificar e tal... e, a partir da revista, ela resolveu um problema e assim por diante... Então, a revista foi uma grande surpresa prá todos porque ela provou: primeiro que o negro tinha poder aquisitivo porque os anunciantes que acreditaram no projeto, os pequenos se tornaram médios, os médios se tornaram grandes e assim por diante..., então, [ficaram] felizes por seu retorno; 'negro na capa não vende'_ a gente coloca um, dois negros e vende (!) e 'negro não tem orgulho de ser negro'_ ele não lê as revistas nas gavetas, debaixo dos lençóis, ele tem orgulho de expor a revista dentro do metrô, na rua etc. e tal. Então, derrubou esses três mitos. Então, eu acho que a *Raça*... ela tem um papel muito interessante num país como o nosso porque ela passou a ser uma tábua de salvação..., como se ela fosse resolver os problemas todos... Então, eu quero resolver o problema de militantes, eu quero resolver o problema de mulher...Ah! Eu quero resolver os problemas de gordinhas (...) Cada um tem um problema. Então, como ela é uma revista prá família, é muito complicado (...) [Essas ansiedades da população dirigidas à revista são compreensíveis. O fato de ter como matéria o tema *negros*, dentro de uma sociedade marcada pelo mito da democracia racial, acenou para muitos como um recurso capaz de trabalhar com uma série de temas polêmicos que dissentiam dos signos da ordem que vige.] É muito difícil e, ao mesmo tempo, ela não pode cumprir mais do que é: a cada trinta dias, ela ir para as bancas... ter assuntos de comportamento, moda, de beleza, de serviços, de denúncia... Leu, guardou, jogou fora, mês que vem tem outra! Ela não é um palanque. Ela não é nada disso. Ela é apenas uma revista e é assim que eu entendo e ..., se ela alavancou muitas coisas, no Brasil, especialmente nestes três anos, foi porque houve uma mudança muito grande na sociedade, na dinâmica da sociedade. Até seu trabalho... Talvez a cinco anos atrás ninguém pensasse em fazer isso. Entendeu? As pessoas nem iam entender porque você estava fazendo isso... Mas hoje como a *Raça* entrou na pauta das discussões do cotidiano das pessoas, então, hoje você tem várias teses, várias não sei o quê... É discutido em tudo quanto é lugar etc. e tal. Foi matéria no mundo inteiro, não só na *NewsweeK*, mas no *New York Times*, na CNN, enfim no mundo inteiro e, então, acho que ela tem isso aí...

unesp

Notícias que interessam

Primeiro foi o lançamento da revista RAÇA BRASIL, que foi notícia no mais prestigiado jornal norte-americano, **The New York Times**. Depois, uma pesquisa sobre a classe média negra brasileira, matéria no jornal britânico **The Guardian**. O mercado consumidor negro no Brasil também foi pauta do jornal holandês **De Volkskrant**. Em março, foi a vez dos negros brasileiros aparecerem na capa da revista **Newsweek**. A reportagem aborda o crescimento das empresas voltadas para esse segmento e o preconceito que os negros enfrentam em nosso país. Intitulada "Orgulho e poder", a matéria recolheu depoimentos, casos de preconceito explícito em todo o país e uma longa entrevista com o diretor da RAÇA BRASIL, Aroldo Macedo.

RB nº 21, maio, 1998, p. 104.

Virando a página

Está lá no **número 98**, das **100 Páginas que Fizeram História** — livro do jornalista **Alberto Dines**. Citada como a "primeira experiência moderna de imprensa étnica que valoriza os atributos dos negros", a publicação número um da **RAÇA BRASIL** ganhou destaque e registro entre os grandes momentos do jornalismo brasileiro dos últimos 80 anos. Publicada pela **LF&N**, a obra ainda traz mais 99 notícias que viraram manchete e que retratam a cara socioeconômica e cultural que o país adquiriu neste século. Indispensável em qualquer biblioteca.

RB nº 18, fevereiro, 1998, p. 101

É apenas uma revista. [De consumo?] É uma revista de consumo, de serviços... Aliás, essa é uma discussão interessante... [Foi por isso que eu coloquei. Eu sei que sempre perguntam isso prá você...] É! Olha só! (risos) Uma vez eu estava num seminário, um cara chegou e disse assim: '_ Ah! Mas essa é uma revista que estimula o consumo... ' Mas, que estupidez... O que?! A gente não se vê? Não é como consumidor? Não é isso que a gente sempre quis? Ser veículo de consumo?!: 'A gente [subentenda-se, 'nós negros,] não se vê retratados nos comerciais, a gente não se vê retratados...!'__ não sei o quê?! [Notemos que interrogações, com essas articulações, realmente tem sido feitas quando se reclama da propaganda, publicidade e veículos de comunicação a representação de negros e pessoas dessa ascendência étnica.] (...) Então, é um discurso pseudopolítico onde você atrapalha um pouco porque ..., quando o discurso não acompanha a prática é um problema! Então, quando a pessoa coloca um negócio desse ela tá ancorada no discurso, mas ela não tá vendo a própria situação prática que todo mundo reivindica...

Eu tento ser o leitor. A revista não sou eu. (...) Eu não faço a revista prá mim... A minha posição é sempre a posição de leitor. Quando eu tenho dificuldade de entender o que o repórter escreveu, provavelmente, o leitor também vai ter..., então, aí é que entra uma mudança de tom, ou mudança de uma coisa, no sentido prático... [__se reporta a questões relativas à teia argumentativa, à omissão e necessidade de inclusão de dados na composição do texto, os quais podem interferir na sua compreensão pelo leitor.]

unesp

[Sobre a equipe de trabalho. Ela deveria atender um público leitor consumidor diferenciado. Como se processou a constituição desta equipe, ao longo do tempo?] "Competência, competência, competência...! Quem era competente entrava. Quem era bom (...) que resolvesse esta questão visualmente que fosse, dentro do projeto editorial, ficava. Quem trabalhasse, no texto, de modo que o leitor entendesse que aquela pessoa do outro lado, como ela é..., enfim, tá refletindo o pensamento dela, ficava...! Então, foi por competência. No processo todo, ela mudou algumas vezes, hoje..., ela predomina mais... o corte racial. Então, a gente optou pela maioria negra na redação. [__conclui, esquivando-se de adentrar e explicar mais profundamente as razões desta decisão. Contudo, uma colaboradora da revista, antes mesmo desta entrevista nos ser concedida, já havia nos antecipado uma das motivações de tal corte, o qual decorreu de experiências, de repórteres brancos, dentre os quais, ela própria. Os entrevistados negros nem sempre se sentiam a vontade para exporem-se a um entrevistador não negro. Sua experiência foi comunicada e discutida com Aroldo Macedo. Achava "complicado mesmo" ponderar a respeito mas, porque teria se envolvido passionalmente com a particularidade desta publicação no país, assim, entendia que, se tal medida contemplasse possibilidades de ampliar a longevidade do produto, no mercado nacional, com seus potenciais acréscimos à sociedade, a sua percepção pessoal era de que, talvez, o corte fosse uma necessidade a ser colocada em prática.]

Então, o movimento negro americano surgiu porque existia uma lei que proibia os negros de irem prá lá, prá cá... (...) Não é uma questão que surgiu de repente, espontaneamente... existia um racismo..., por lei! Então, aqui você tinha uma ditadura... você teve vinte e cinco anos de ditadura, entendeu? (...) É óbvio que aqui a criatividade tinha que estar a toda prova... porque existia uma ditadura. Hoje você tem uma democracia __ entre aspas__ mas, você sofre uma crise de identidade. Entendeu? Não tem um rosto (...) Essa década não tem uma cara... os últimos vinte anos... [E essa juventude? Essa juventude que aparece na *Raça*, jovens de classe média, também tem os suburbanos... O que fazem não dão um rosto a esse temp...?] Nãão... isso aí é um micro... universo. Eu estou falando de noventa milhões de negros. Não estou falando em mil e duzentos! Cinco mil... dez mil... Quando você têm uma sociedade realmente reivindicatória... Não tô falando de um gueto... Tô falando como um todo! E a sociedade como um todo está totalmente submissa, entendeu? Tá preocupada com suas próprias coisas. Entendeu? Eu não acredito que se esteja ...fazendo atualmente alguma coisa de protesto. [Você não acredita?] Nãão! Não existe! Pelo amor de Deus! Onde é que você tá vendo isso? Não tem em lugar nenhum...! A última foi quando colocaram o Collor para fora, depois não têm mais nada no Brasil! Entendeu? Isso aí [me explicando a 'sua' idéia de protesto] é esforço conjunto de sociedade te reivindicando alguma coisa contra o *status quo*. Isso não tá havendo agora, entendeu? Você vê alguma...? Você vê coisas isoladas defendendo os seus próprios interesses corporativos... É o caminhoneiro, e não sei quem, não sei que lá ...mas da sociedade como um todo não existe uma estrutura organizada reivindicando alguma coisa... [Nem dos negros?] Nãão! Negros nada! Lógico que não! Tá? [Reverter...] Aí teria que ter uma noção melhor de cidadania prá você reverter o quadro. [A partir...?] (...) O que é ser cidadão. Entendeu? A partir daí você começa a reivindicar direitos. Na reivindicação de direitos, você começa a protestar contra a discriminação e a própria usurpação de direitos (...)

[Abro a revista e não era mais você... Você estava apresentando uma nova editora prá revista.] É... Foi uma revista só que não teve a foto, né? Você soube como do afastamento? O que você soube? [(...) diferenças de posicionamento com relação à editora.] Sei. Então, eu vou te dizer qual foi. Eu tava há algum tempo, já tinha uns seis meses, negociando com a editora uma nova forma de contribuir prá revista... Porque eu já tava cansado de ficar em redação. É desgastante. Você vê. É dez horas e a gente 'tá aqui fechando... (...) Então, eu tava negociando com eles uma forma de contribuir... (Eu 'tava montando uma empresa...) de contribuir talvez com a imagem da revista... Entendeu? Representando [ele, o Aroldo Macedo] a revista com um outro sentido.. E gente ficou uns seis meses [discutindo] sobre como isso deveria ser feito. (...) Foi só a questão de se chegar a um ponto comum (...) A própria Maria Amélia, eu, indiquei prá assumir a editoria da revista e tal (...) Só que a queda foi muito grande, né...? [__admite, murmurando, entre dentes.] A revista passou por um processo..., meio de comando..., com essa coisa toda... Problema de comando... e me chamaram prá assumir a direção da

unesp

redação! Né? Mudei a equipe toda, no que ela precisava ser mudada e tal. Então, prá uma questão...__entendeu?__ de posicionar... Ainda é o meu sonho não ficar em uma redação, entendeu? Mas de uma necessidade, agora, de até preparar pessoas prá tocar a revista, estou aqui...

[Isto está de acordo com um dos problemas da revista. Me refiro à propaganda deste material...] Ah! Isso eu concordo totalmente! (...) Aí é uma questão da editora... Um posicionamento da editora que tem problema com promoção, *marketing*: não tem um departamento de *marketing*, não tem um departamento de promoção... e isso prejudica muito a revista. Essa é grande batalha e exatamente, por isso, que eu queria sair desse circuito editorial prá poder promover a revista, mas... Ela precisa de promoção! [Quanto à estratégia para?] Seria participando mais, tendo uma atitude mais participativa: em seminários, promovendo cursos de jornalistas negros...__ entendeu?__ pro mercado..., promovendo discussões mais sérias, chancelando discussões..., mas tudo isso precisa de dinheiro... [Preparando jornalistas?] Através de *workshops* (...), trazendo jornalistas de outros lugares, como faz a *Abril* (...) pega jornalistas de outros lugares e prepara eles, entendeu? E promoção, propriamente dita, entendeu? *Outdoors*... essas coisas todas, mas principalmente, ela ter uma participação muito mais ativa na discussão. [Então, embora, você, não queira uma revista tendenciosa politicamente, quer uma revista que participe politicamente, que mobilize a sociedade em torno do tema?] Lógico! (...) Não há dúvida! Ela é já política por existir. Não precisa ficar dizendo: 'Eu sou negro! Eu sou negro! Eu sou negro! Olha, prá mim! Eu sou negro! Eu sou negro! Eu sou negro!'__ ele é negro, acabou. Não precisa ficar batendo martelo."

[Me fala sobre a reviravolta. Esta sua percepção encaminha a isso. Informação é poder... estar formando...] "(...) tem um *link* com outros projetos. Entendeu? Não é só sobre a revista... tem *links* com outros projetos que levam à formação. Não é o caso da revista. A revista não forma ninguém. Ela só informa. [Eu tenho a revista como um objeto de educação informal...] Não... é pela pobreza do Brasil... mas, a função dela, não é essa! Pela pobreza, pela invisibilidade, pela carência... ela passou a assumir um papel que não é dela. [Então, quer queira, quer não...] É! Mas, não, aí é que tá! O que [é] que acontece? Daí vem as pessoas e dizem: 'Ah! Então, ela devia ter isso. Ah! Então, ela devia ter aquilo... (...)' E aí as pessoas passam erroneamente a cobrar uma função que não é dela! (...) Então, ela ocupou esse espaço, na verdade as pessoas que fizeram com que ela ocupasse esse espaço da educação informal, mas esse não é o papel dela. Tá errado isso. Tá errado isso. Eu sou contra. [Não... eu digo isso... ela passa a ocupar...] (...) porque se ela tivesse esse 'perfil' ela teria que ter uma outra coisa... ela teria que ter outras coisas. E aí a pessoa que geralmente cobra a revista, ela quer que ela assuma papéis que não são a função dela (...)

[A caixa de correspondência, a *Raça*, na *Internet*, tudo isso serve de retorno prá avaliação da revista... O que mais, quem e a partir do que, de quais parâmetros se avalia a qualidade? Mais do que vendagens, você olha para o impacto?] É que eu acho assim... você avaliar se a revista foi boa ou ruim, é... quando você faz a revista, você já sabe se foi bom, ou ruim. (...) naquele mês, não tava legal... (...) esse mês... Ah! Mas tá de arrebentar! Não tem jeito porque ... (entenda...) cada um na redação, assume, na verdade, o papel de leitor... e eu assumo o papel do leitor-padrão... Eu sou o leitor de Uberaba [MG]. Eu sou o leitor de Sertãozinho [SP]. Eu sou o leitor de Farroupilha [RS]. Então, eu tenho que entender aquilo... Se eu não entender, a matéria não passa. Então, como eu assumo esse papel do leitor, a coisa fica mais facilitada. Ao mesmo tempo, quando você recebe uma carta, falando criticando, porque a gente recebe sempre muitas cartas, então, isso faz com que a gente reflita um pouco também, mas o leitor mente... ele é mentiroso. Então, nas pesquisas ele mente também. Você tem que saber como a pessoa vai criticar... Porque tem gente que vem pedir assim: '__ Por que não coloca pobre na capa? Por que não aparece um desdentado? Por que não bota uma pessoa feia? Por que não faz matéria com gordo?'__ é tudo mentira...! Ele quer ver gente bonita, magra, esbelta, saudável, linda... Mas ele mente... [Ela quebra barreiras..., mas é um padrão nórdico, do contrário...] É! Mas é isso que o povo quer ver! Ele não quer ver gordo, feio, desdentado, caolha...! Ele quer ver pessoas lindas, bonitas, de pele saudável... Entendeu? Elegantes... É isso que a pessoa quer ver. Ela mente quando ela diz que quer ver gente feia, pessoa comum... É mentira!

[Sobre a equipe, depois da reviravolta? A grande parte é de colaboradores, né? Quem fica e quem sai...?] A gente substituiu a produção... Substituímos basicamente por negros.

unesp

Substituímos a produção porque tava tendo um problema todo, substituímos duas meninas por duas outras pessoas... Na arte, peguei uma menina [branca] que eu considerava extremamente eficiente, de uma outra revista aqui da editora (...) Lá no texto, o Fran ficou... que tá desde o início do projeto, mas trouxemos uma editora que tem experiência de trinta anos, que é editora da 'CONTIGO!', que é a Amélia [Nascimento]. Nos colaboradores, trouxemos os colaboradores mais próximos da revista. Fizemos reuniões com colaboradores mais próximos aqui de São Paulo e até alguns de outros estados para que participassem mais ativamente da revista e principalmente participassem mais dessa mudança da revista... Então, nós tivemos discussões aqui que parecia que a casa ia cair, ir abaixo... Então, a gente tem dois produtores, uma coordenadora de produção e um produtor, tem dois editores, tem um diretor e uma diretora de arte, tem dois assistentes, um revisor, uma revisora (...) Ah! E uma secretária de redação! E os outros são *free-lances*... e um diretor de redação que sou eu... Então, essa é a espinha dorsal da revista, aí gente tem os outros estados e, às vezes, pessoas que colaboram, de acordo com... [Quem fica. teria um ingrediente a mais que os tornasse mais achegado, mais conveniente, neste momen...?] Envolvimento! Envolvimento! Envolvimento com o projeto! É... As pessoas que estão envolvidas com o projeto. Ela abrir mão de [seu tempo] para fazer uma reunião... Ela abrir mão de seu tempo prá melhorar um produto que ela acredita e acreditava desde o início.

[Co-estrelou com a *Raça, a Visual Raça*?][5] Ah! Sim! Não... A *Visual* era uma revista que ela... [Eram responsáveis por ela?] Não... Tinha a *Raça* e a gente resolveu criar um filhote da *Raça*. Que era uma revista prá beleza...mas, tem um problema. A mulher negra faz o cabelo de três em três meses. (...) uma revista mensal não se justifica muito (...) A pessoa não muda todo mês de cabelo (...) não se justificava muito essa revista ter um periodicidade de um mês. A gente tirou ela de circulação e coloca, de vez em quando, especiais de beleza e cabelo. Entendeu?

Olha é muito difícil! Essa revista é muito difícil de fazer. Porque ela é a primeira [na modalidade já descrita], ela não tinha parâmetro... Não é a primeira! Mas não tinha parâmetro, então, 'tava todo mundo aprendendo. A editora tava aprendendo. A gente tava aprendendo. [Fala um pouco dessa relação prá mim. A sensação é que ela se especializou em públicos específicos, em questões tópicas...: *Mulher de 30*!] Ahan... A editora *Símbolo* é uma editora que 'tá crescendo muito nesse mercado (...) que tem muito a caminhar. Uma editora que saiu e só tinha dois títulos, que era *Corpo a corpo* e *Atrevida*, a partir da *Raça* ela cresceu muito e surgiram outros títulos, como *Ti-Ti-Ti* (...) e por aí vai. Fazer a *Raça* foi um processo de aprendizado prá editora também. Ela não sabia direito como é que era essa coisa de fazer uma revista prá negro (...)

[Quanto à ilustração, às imagens? O seminu na capa da *Raça*?] (...) A gente não é um poço de gelo... Por que eu vou esconder se eu sei sambar... Eu tenho uma outra visão particular disso (...) Esse negócio de estereótipo...? Se a minha raça é sensual por que eu vou dizer que ela é nórdica e assexuada? Ela é sensual. Ela é bonita. Ela tem ritmo. Por outro lado, é ela só ser vista assim... Entendeu? Não é o fato isolado. É você, dentro de um contexto, permitir que só te vejam assim... Então, a gente teve trinta e oito capas e qual o problema? (...) Prá mim tava lindo e foi até meio careta porque (...) Tinha pouca sensualidade... só tinha os dois pelados (...) Houve até um certo recato, nessa capa." Agora, (...) como saiu a capa do Laffont: '(...) Ah...! Mas, um negro *gay*...?'

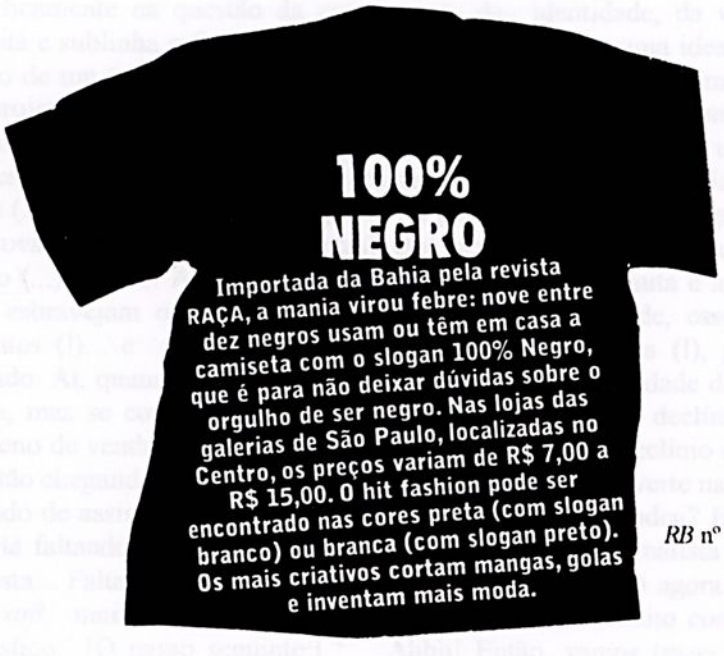
[5] Ver anexo C.

RB nº 27, novembro, 1998, p. 4.

"(...) O mais importante é que as pessoas tem que entender que o negro faz parte da sociedade como... parte atuante. Ele é ladrão, é honesto, ele é *gay*, ele é lindo, ele é horroroso, ele é baixo, ele é gordo, ele é mau caráter, é safado, é honesto... Então, não é o fato d'ele ser negro que você vai passar a mão na cabeça e '__ ...é bonzinho.' Não! Tem muito negro que é marginal... é safado mesmo! (...) Então, você tem que tomar cuidado (...) isso [a cor] não dá nenhum... aval! (...) Ele é um

ser humano. Não se deve dar cobrança aos negros, a nós negros, cobranças, além do que nós podemos... Não se pode pedir que ele seja além de um ser humano..: e o ser humano tem falhas! Entendeu? [Entendo. Não estava relacionado ao problema de vendagens?]

[A *Raça* põe lá a camiseta com as inscrições seguintes: '100% NEGRO'...: a 'onda importada da Bahia', né? Era assim que dizia na revista...? Dalí a pouco... é muita gente vestindo a camiseta! Qual foi a participação da *Raça* nesse projeto?] Ah! Qual...?! Foi uma grande bobeada da revista! Ah! Sim, da editora... Uma bobeada! Isso foi o seguinte... Eu tava na Bahia. Aí eu passou um cara com a camiseta '100% NEGRO' e eu gostei. Gostei, e comprei, e trouxe prá redação: '__ P...! Olha que camiseta fantástica!' '__ Legal!' 'Vamo colocá na ilustração!' E pegou! A partir dali... bumba! Todo mundo botou '100% África', '100% NEGRO', '100% isso', (...) '100% daquilo!' A gente podia ter registrado e vendido, entendeu?! Ter divulgado de uma forma... (...) O negro tem que parar com esse negócio de pensar que ele tem que andar de sandalhinha e fud..., sem dinheiro, pobrezinho...:'__ Não posso ganhar dinheiro...' Tem que ser rico! Tem que ser chique! Se quiser um carro, que tenha o melhor carro! Tem que mostrar que ele é um bom empresário, um bom administrador, que ele sabe ganhar dinheiro... Acabar com essa história de que nós não podemos ganhar dinheiro... [que] nós temos que viver por ideal. Isso é uma balela! Isso é uma bobagem! Entendeu? E ver oportunidade de ganhar dinheiro. (...) [Supus que tivesse esse projeto... você, por trás...] Não! Foi burrice! Todo mundo ganhou dinheiro! A editora não ganhou e foi uma grande bobeada! E... se eu tivesse mais tempo eu teria ganho dinheiro... entendeu?! [Porque vendeu mesmo... Foi uma coisa tão extraordinária...] Mas, a camiseta! Inclusive, já existia! [Começou no 'Ile Ayê' me disseram... tenho que descobrir...] Eu não sei! Peguei lá um menino que tava vendendo, na rua, peguei [a camiseta], trouxe na redação, fotografamos e a partir dali, a coisa estourou, no Brasil todo! [Eu pensei que você, personificando a *RB*..., tinha se ligado a algum projeto associado a uma empresa...] Nãããão... Eu adoraria... Hoje eu estaria rico...!



RB nº 23, julho, 1998, p. 97.

[A qualidade do material para produção de *RB*?] Sempre que se faz alguma coisa para o negro, se faz de baixa qualidade. Sempre se faz de meia boca (...) uma coisa mais ou menos (...) eu falei prá Joana assim: '__ Joana, prá fazer uma revista como essa tem que ter tudo da melhor qualidade: melhor papel, cor, a revista colorida, *couchê* na capa, papel *couchê*, bons fotógrafos, bons

repórteres... tem que ser linda a revista!' '__ Por quê?' '__ Porque tem que se respeitar e se dar dignidade ao negro, quando se faz alguma coisa prá ele.' Nós viemos de colorido! Nós éramos reis, tínhamos ouro, adornávamos nossas casas (...) e nossas roupas... Não tô aqui prá fazer uma coisa cinza. Eu vim de um continente onde tudo é cor. Porque eu vou fazer uma coisa pobre? É uma visão errada de que a África é pobre, fud..., não sei quê! Mentira! A África é riquíssima. Foi roubada até o fim e ainda continua como um continente riquíssimo![6]

O projeto tem essa característica de valorizar a informação. [__ se refere as mudanças de *RB* a partir da edição do terceiro aniversário.] E exatamente porque a gente fez uma pesquisa, onde se constatava que a revista tinha problemas com o leitor e outras coisas... Tinham coisas que eles não aprovaram etc. e tal... E a gente faz a revista pensando unicamente no leitor __ essa a coisa mais importante prá gente e, independente disso, a dinâmica da sociedade foi muito mais veloz do que a gente. Agora a gente tá tendo que acompanhar essa dinâmica. Você imagina levantar o véu de noventa milhões. Por...! Tem gente que pipoca! Pô! Se a *Raça* deu certo, o meu projeto vai dar certo. Só que o projeto dele... é quinhentas mil pessoas dizendo também que: '__ O meu projeto vai dar certo!'(...) Então, é muito difícil. Você ter é um poder, ter espaço na sua revista prá poder falar (...) e refletir um pouco desse processo que tá acontecendo... A gente tá tendo que reformular prá poder acompanhar ... esse negócio, entendeu...?" (Aroldo Macedo)

2 A história da revista *Raça Brasil : in off*

> "(...) há muito já que se toma a precaução de não se aceitarem cegamente todos os testemunhos históricos." (Bloch, 1987, p. 73)

"(...) vamos começar pela história real. O Aroldo criou um projeto... calçado especificamente na questão da auto-estima, da identidade, da valorização do negro, certo? [__ explicita e sublinha o fato de que a revista é inicialmente uma idealização, a qual aponta a um recorte preciso de um tema, à lógica de um sujeito que tem um envolvimento particular com tal questão.] E esse projeto contava com uma série de profissionais de jornalismo (...) que vinham com pautas prá reforçar isso: prá fazer (..) desta revista uma revista forte (!), uma revista de conteúdo. Uma das maiores queixas que eu ouvi, por exemplo, do pessoal do Rio de Janeiro, é que não se tem chances de pautas (...), era difícil se aprovar pauta ..., porque nunca se conseguia... Eles tinham muita dificuldade de aprovar pautas... [Aprovar pautas? Que pessoal do Rio de Janeiro?] Os colaboradores do Rio de Janeiro (...) '__P...! A gente apresenta pauta e nenhuma pauta é aprovada...!' [_ me informa de que assim esbravejam os colaboradores do Rio.] Na verdade, esses negros, geralmente, são negros militantes (!)... e as pautas são pautas mais contundentes (!), geralmente. Então, isso nunca era aprovado. Aí, quando você começa ter um declínio na qualidade da revista, você mantêm a qualidade gráfica, mas se continua (...) daí, você começa a ter um declínio, né? [Que se reverte em...? No fenômeno de vendas?] É ... e reverte até na vendagem, no declínio de vendagens... e reverte nas cartas que estão chegando na redação! Reverte nos *e-mails*, que reverte na quantidade de assinantes que estão deixando de assinar, que não renovam assinatura (...) Entendeu? Então (!): '__ Péra um pouquinho... Que 'tá faltando aí nessa revista?! '_ Ahhhh! Falta um jornalista à frente dela!' '_ Éhhh!' Bom um jornalista... Falta, nesta revista, um caráter jornalístico, (...) agora, ela tá com um caráter muito (...) muito *soft*, muito, moda, muito cabelo, muito humor... muito *cool!* Então, precisa dar uma caráter jornalístico.' [O passo seguinte:] '__ Ahhh! Então, vamos trazer um jornalista!'__ e se optou pela Maria Amélia Rocha Lopes... [Que já era colaboradora da revista...] que já era colaboradora da revista. [Que ela tinha de interessante?] Interessante (?) (...) A princípio ela entrevistava artistas porque como

[6] Entendamos essa fala de Aroldo Macedo como uma resposta pessoal e contrária as "desastrosas declarações de Carlinhos Browm à *RB* nº 1", tal como nos disse um de nossos interlocutores. A respeito incluímos os anexos da letra D.

ela era do Vitrine [TV Cultura] e ela foi apresentadora do Metrópole [TV Cultura], então, (...) ela sempre trabalhou com artista, com música não sei o quê... Ela fazia matéria, nesse campo, mas ela é uma pessoa ... tal, já tinha trabalhado no Jornal da Tarde, já trabalhou num monte de lugar... [Muitos atrativos profissionais que poderiam afiançar, sugerir cre-di-bi-li-da-de profissional? Muita coisa de interessante...!] Muita coisa de interessante e chamaram a Maria Amélia Rocha Lopes e a colocaram de editora, então, você vai procurar as edições e você vai descobrir lá, a primeira, em que ela é apresentada pro mercado como a nova editora da revista. E o mercado todo dizia: '_ O Aroldo foi mandado embora! O Aroldo foi mandado embora! (...)' [Alguém comenta o motivo pelo qual, a princípio, um dos mais cogitados para substituir Aroldo Macedo não é convidado para assumir a função de editor da revista:] '__ (...) afinal de contas, o Fran que tá desde o começo não vai ser chamado, porque santo de casa não faz milagre...' [(...) O Fran não era um colaborador, é uma das pessoas que estão na equipe.] É! O Fran era repórter... (...), no tempo da Maria Amélia Rocha Lopes, foi sub-editor porque, como ele estava no projeto desde o começo... (...) Ela foi colocada na frente, acima dos outros! Ela veio como 'a pessoa (!)' que veio salvar esta revista. Talvez, por isso [por causa dos contatos], talvez pela experiência que ela tinha, pela história profissional dela... (...) Ela era uma boa profissional... só que ela ... Humpf! Cai... A revista perdeu o emocional! A primeira revista era extremamente emocional. Esta revista ficou fria... [Esta segunda versão, com a Maria Amélia..., a partir da *RB* nº 27] Esta segunda versão ficou fria. O Aroldo foi colocado, deram um título para ele ... di-re-tor res-pon-sá-vel (...) e o Aroldo ficou afastado ... escreveu os editoriais de fora, né...? Sei que arrumaram lá uma sala... [Quanto tempo isso?] (...) Uns seis meses (...) [E o retorno?_ uma questão referente ao que se alcançou com as mudanças.] Mas isso era crítico, tinha clima com o Fran (...) Ficou complicado. Aí o Aroldo é chamado prá achar uma...: uma alma porque [a revista] perdeu o emocional. A revista a princípio era só emocional, depois ela virou, ficou fria. Ela [a revista] não era in-formação (!), mas era fria. Tudo que ela tratava era com frieza. Porque ela não era negra! Ela [a Maria Amélia Rocha Lopes] não falava de nós! Ela falava deles. Entendeu? A Maria Amélia Rocha Lopes tratava o negro como eles, apesar de que a revista fala nós. O texto é nós, mas quando ela falava, ela falava deles, então... Você via no texto, apesar de ter a palavra nós, esse nós, não é um 'NÓS!', era eles... E aí foi perdendo, foi perdendo mais assinantes, mais compra, mais ... O Aroldo é chamado né? Prá dar um rumo prá ela [prá revista]. Agora, uma revista que não têm promoção, não têm *marketing* que (...) O seguinte: o maior problema da *Raça* é que ela não faz nada. Ela não promove nada. Ela cobre eventos (!), mas ela não está a frente de nada. Ela apoia eventos (!), mas ela não toma iniciativa. E o que é que a comunidade nossa precisaria? Dela como ... produtora de impacto, como produtora do fato político, do fato artístico, do fato intelectual... Ela como produtora e não como mera... divulgadora, ou como mera...como apoio! Ah! Põe lá uma faixa! Apoio da revista *Raça*... (...) [_ desdenha]. Isso ela não faz. Ela não fazia nada disso. Ela não faz. Até hoje não faz, né? E aí nós começamos a pensar em coisas que ela poderia fazer. Vendia-se [produtos] e achava-se [exibia-se o que os negros brasileiros produziam socialmente. Contudo, uma questão se impunha:] '__ (...) ai! não sei quê, não funciona, ela associada a nada não funciona, não funciona...' E a prova de que funciona foi essa coisa da grife *Raça*, da *Malwee*, que estourou de vender esta p... [Os lucros?] Prá editora! (...) [risos] Uma boa parte é da *Malwee* (...)[7] Você sabe que ele [Aroldo Macedo] se baseou (...) na entrevista da *Grottera* [uma agência de publicidade], quando começou esta crise. Quando a Maria Amélia estava na coisa, foi encomendada uma outra pesquisa e que trabalha em cima da perda de leitores! (...) E o que eles estavam achando que faltava na revista...? Tem uma p... pesquisa nesse campo! (...) Esta pesquisa, entrevista, foi tão f... , tão f...,que a mulher foi blindada para a empresa [*Símbolo*], a diretora da pesquisa. Foi puxada prá empresa. (risos). Ela agora é do departamento de publicidade da empresa...! (...) Ela foi captada prá dentro da empresa! Ela está dentro da empresa agora: como publicidade, *marketing*... (...) Ela fez uma pesquisa f... e ela colocou tudo aquilo que o Aroldo vinha dizendo prá Joana... que faltava na revista! A revista tinha que ser (...) Prá começar uma das grandes coisas que o Aroldo exige e quer que saia nesta nova fase [a partir da revista nº] é que saia aquela tarja 'a revista do negro brasileiro'... Porque isso aí só tinha importância naquele momento. Hoje ela é uma revista prá

[7] Ver anexo E, acerca da relação *Malwee* & *RB*.

mostrar o negro brasileiro... e ela não é prá só ser lida só por negros. A nova revista *Raça* quer mostrar o negro brasileiro, sem ser lida só por ele, entendeu? Então, quando a gente fala de uma entrevista de abertura, não é falando de negro, de negritude... É uma entrevista de abertura como o cirurgião... o economista (...) que é negro, mas que está analisando a política econômica do Fernando Henrique... Como uma '*Veja*' faz (...) O cara é negro, mas o assunto é de interesse geral . Então, agora é uma nova fase da revista. Agora, ela mostra o negro não só para o negro... Ela quer mostrar o negro... Porque ela não é uma revista pa-ra negros, até hoje ela era para negros... agora, é so-bre negros... de negros, entendeu? Ela quer que a gente apareça pro mundo com aquilo que a gente sabe fazer (...) então, é você falando daquilo que você sabe fazer. A sua foto está mostrando que você é negro... Não precisa dizer... o fulano, o negro, o fulano de tal descendente dos malês (...)

Bom ..., diante disso tudo, a volta dele deu a ele uma responsabilidade que ele não queria mais porque ele já tinha considerado [o projeto Raça] uma coisa do passado. E essa responsabilidade, usaram [internos dirigentes da editora *Símbolo*] como argumento, ao fato de "_ Ah! Pombas! Você vai deixar morrer esta coisa que você criou?!" (...) [Sob a coordenação do Aroldo é reunida um grupo de colaboradores.] então, já não era mais um produto da cabeça dele. A princípio foi um produto da cabeça dele. (...) aí, já foi resultante deste nosso trabalho... de todos. Então, assim, nós, que somos colaboradores que só ganhamos por matérias_ pessimamente, pessimamente, paga-se muito mal_ ficamos com a responsabilidade de fazer a nova revista (...) Então, fomos discutir conceitos, discutir os novos conceitos, discutir o que era preciso ter nesta revista, discutir o que era preciso fazer nesta revista, o que ela tinha... prá começar, cada seção foi discutida conceitualmente. O que vai entrar em uma seção como esta? O que pode entrar, o que não pode entrar? Então essa é a nova visão, entendeu? Isso foi discutido, discutido, discutido... (...)

Esta nova revista, a maior discussão é a seguinte... Ela, a nova edição, muda até graficamente, mas a grande discussão é a seguinte: '__ Como fazer uma revista com conteúdo, com força, com postulação política, porém, sem (...) ranço de militância?!' O que ele (Aroldo Macedo) não acredita, talvez, seja nesta militância rançosa, né?! Nesta militância chata, né?! (...) Depois, nem os militantes vão comprar a revista! (risos) Entendeu? Você faz uma revista rançosa, depois, nem os militantes vão comprar a revista (risos) ... Quer dizer, eles criticam, criticam, criticam porque não têm o ranço deles, mas quando você botar o ranço deles, eles não compram e aí o outro também não compra porque ela é chata! [Ele não quer uma revista prá intelectual? Ele diz isso também...] (risos) É...! Ele [o Aroldo] fala... '(...) intelectual não compra revista...!' (graceja) E não compra mesmo! (...) Menospreza... ! [risos] (...)

Enfim, esse cara vem [ao retornar como editor chefe] com essa incumbência. Esse cara [se refere a Aroldo Macedo] faz uma série de exigências (...) primeiro faz uma p... explanação, né? Chama a dona da editora, o presidente, o escam... (...), faz uma p... explanação (...) sobre este projeto que a gente fez! A dona da revista arregala o olho e diz: '_ Pela primeira vez na minha editora surge uma revista feita coletivamente ... que não é fruto da fantasia de uma pessoa...' Cê entendeu? (graceja) Ela deixou claro isso (graceja)...: não é fruto da imaginação de uma pessoa...! '_ Poxa! Todas as portas estão abertas. Puxa! Eu não esperava que fosse dar este tipo de resultado... ' [refere-se à senhora Joana Woo ao trabalho conjunto já descrito.] Porque nós brigávamos! Nós gritávamos! Nós batíamos na mesa! Nós ríamos e tá-tá-tá... Brigando por posicionamentos e, no final, ... (ri) E, aí, dizíamos que esta revista deveria ter determinadas ações, como essas ações de promoção! [Quais, por exemplo? Voltadas a...?] À comunidade! (...) Além de uma ação de publicidade, de divulgação, ela ter ações diretas mesmo, ela promover ... Simples! Vai! Vamos promover um *show* de desfile de moda. [Ahn!_ desdenho_ Isso a *Raça* faria muito bem...!] Muito bem! Tem a cara dela. Cê quer dizer : não tá propondo nada... [Não responde à crítica... Somente depois, quando, deliberadamente, interrompe a gravação, demostra como abrigar os interesses da *Raça* àqueles que diz representar os de 'nossa comunidade'.] Aí, ele diz ['ele' é alguém interno à editora que se pronuncia a respeito das propostas explanadas por Aroldo Macedo]: '__ Ah! Não! Se tiver um *show* com desfile de moda, nós cobrimos, ou nós colocamos apoio, mas nós, porque... Ou seja, não queremos fazer! Não podemos gastar dinheiro com este produto. [Mas, daí não aceitaram a proposta?] É..., não..., por enquanto, as coisas ainda estão na fase da briga... mas tudo isso é decepção prá esse cara, tudo isso é probl... Ó! Eu vou desligar...

[A revista Raça é o carro chefe da editora Símb...] É (...) Há interferência total, mas em termos de qualidade, né? Exige-se muita qualidade. (Qualidade? Expli...) Qualidade de mercado! Tem que ser um produto de mercado...um produto bem feito. (...) [Foi estudado, no começo da revista, com relação à qualidade do material a ser utilizado para a impressão?] Sem dúvida! O tempo todo se discutiu que deveria ser o melhor material do mercado... não podia ter uma aparência amadora. Ela tinha que ser o melhor. Ela tinha que ter bom papel, boas imagens, é...fotografias de primeira, textos bem feitos... Tudo isso com um *borderô* que não era dos maiores, né? (riso) Não tinham muito dinheiro prá isso! [Prá investir...Hum... mas, ainda sim, a qualidade é boa...] É... a qualidade tinha que ser a melhor... [Como se conseguiu isso?] Ahn... muito esforço pessoal dos profissionais... Houve muito esforço pessoal dos profissionais...! [De que tipo? Por parte dos jornalistas...?] Dos jornalistas, [Qual? O que o jornalista tinha que fazer?] Do pessoal de arte... [Hum? Correr atrás...?] Não! Esta não é uma revista que trabalha em cima de furos. Esta é uma revista que trabalha em cima de pautas! Ela não trabalha em cima do dia a dia porque ela é feita com dois meses de antecedência... (...) [Sei! Então, me fala desse esforço dos profissionais... O que é?!] (...) esforço, esforço mesmo de profissionais! O que é que você faz?! Ela (a revista *Raça*) não tem repórter ... (...) [Tem] *free-lances*, todos colaboradores ... e aí como (...) ele [Aroldo Macedo] trabalha com o colaborador? Ele trabalha pagando um...um (riso) dinheirinho simbólico e por matéria... Não! (risos) É simbólico mesmo! É bem pouquinho! E o que acaba acontecendo? Ele exige um trabalho que é um trabalho de dedicação [integral]! 'Cê entendeu? O cara quase não teria condições de fazer outras coisas. (...)

[Na revista *Raça* todos os profissionais, principalmente os repórteres, por serem negros, têm uma dedicação especial e diferenciada, até mesmo porque eles acreditam no projeto, porque é um projeto diferenciado, mas não rec...?] Eles recebem, mas não recebem o que o mercado pagaria prá qualquer outro profissional do mesmo gabarito! [Que fizesse a mesma coisa...] (...) e do mesmo gabarito...! [Existe, assim, um entusiasmo político, e isso eu não poderia deixar de dizer aqui..., por parte dos colaboradores?] Não... Há um idealismo político!"

Futuramente, Francisco Oliveira, o Fran, ante a essa nossa sugestão de nos conceder um depoimento no qual lhe era proposto o exercício de aliançar sua experiência pessoal/profissional à história de *Raça Brasil*, nos remete, via correio eletrônico, uma narrativa ilustrativa da discussão que encerra o depoimento acima, ou seja, o envolvimento com o projeto *RB* extrapolando o âmbito do profissional e se inserindo no campo do político e/ou passional. Do mesmo modo, se posicionaria Oswaldo Faustino, repórter colaborador da revista.

3 *Raça Brasil*: "Foi esse o nome com que meu sonho ficou conhecido."[8]

"Parece que foi ontem. Mas, olhando para trás, já se passaram mais de três anos. Isso falando editorialmente. Contando os números da revista que um dia, na minha adolescência, imaginei que pudesse tornar-se realidade. Sim, estou falando de RAÇA BRASIL. Foi esse o nome com que meu sonho ficou conhecido. É esse o filho, que ainda não tive, que toma todo meu tempo e me consome com o desafio de fazer um "produto" cada vez melhor. Ainda me lembro das palavras de minha amiga Aline quando do primeiro número da revista. A RAÇA número 1, que levou seis meses até ficar pronta. A RAÇA fenômeno editorial, que mexeu com a mídia nacional e internacional. A

[8] O título dessa seção, na qual reproduzimos o *e-mail* de Francisco Oliveira, é extraído de seu próprio depoimento.

RAÇA que despertou paixão, emoção e nos transferiu ma responsabilidade bem maior do que aquela que supunha ter. Ao ver a revista em minhas mãos Aline me perguntou se "aquilo" era o que eu imaginava. Com a voz embargada de sensibilidade e emoção lhe respondi que poderia até não ser, mas que a revista, naquele momento, era uma realidade. Um sonho transformado em coisa palpável. Continuei dizendo que aquela equipe que havia criado a revista um dia seguiria outros caminhos. Até mesmo porque o ser humano não é uma coisa que permanece estática. Ele muda. Busca novos desafios, outros caminhos. Para concluir, já com os olhos cheio de lágrimas, disse-lhe que me considerava honrado de ter participado da transformação daquele sonho em realidade, pois as equipes se vão o "produto" fica. Ela me abraçou e deixou que lágrimas também corressem pelo seu rosto. É assim que eu vejo RAÇA BRASIL, uma publicação que desperta todos os mais variados tipos de comportamentos. Uns se apaixonam por ela, outros têm com a revista um certo descaso. Uma atitude adolescente de querer elogiá-la, em certo momento, e, no passo seguinte, revelar um ódio incontido. RAÇA BRASIL é assim: difícil e gostosa de se fazer. Difícil de agradar a todos. Mas a todos ela atinge. Uma revista-trem, que passeia pelos mais diversos assuntos da comunidade negra. Essa comunidade exigente e que busca na revista em que ela pode ser vista soluções para todos os seus problemas. Problemas que por anos ficaram escondidos na invisibilidade dessa imensa comunidade que, agora, foi descoberta pela mídia, pela publicidade e até, pela própria comunidade. Negros altivos, negras bonitas, lindas e esbanjando sensualidade. Sabíamos que éramos tudo isso. Só não sabíamos que éramos também doutores, advogados, dentistas, juizes, desembargadores, artista plástico e toda a gama de profissionais liberais que a arte e a cultura pode nos reservar. Hoje somos até classe média. Somos prefeitos, governadores, generais e, se nos deixarem chegaremos à presidência da República. É isso que serve de bálsamo no fim de mais um exaustivo dia de trabalho. De infindáveis reuniões de pauta. De cobrar a matéria que ainda não veios. De ter aprendido a tomar decisões sobre pressão. De atender inúmeros telefonemas. É isso que me conforta. Saber que o sonho de um adolescente se tornou realidade e contribuiu para levantar — mesmo que apenas uma pequena ponta — o manto de invisibilidade que cobria toda a raça negra no Brasil. Mas ainda há muito por fazer. Raça é apenas a ponta do *iceberg*. Francisco Oliveira (Editor de RAÇA BRASIL)"

4 *Raça Brasil*: "_ Pisa que esse chão é seu ... !"[9]

"Eu fiquei sabendo da revista *Raça* pelo jornal. De repente está lá um quadro, uma página dando a notícia que os negros teriam uma revista. Segundo o que estava escrito lá, era uma revista que iria para as bancas em junho. Então, nós estávamos..., em março, vamos dizer. Eu me empolguei, né?! Vi que a pessoa que seria a editora de texto, era uma pessoa com quem eu já havia trabalhado. Mara Marganã. Vi o telefone e liguei. No dia seguinte, eu fui conversar com ela sobre possíveis pautas. A revista foi lançada em setembro. Era o tipo de projeto que eu trabalharia sem a preocupação do quanto vou ganhar. [___declara Faustino e prossegue:]

Prá mim ela [*RB*] é uma grande forma de militância (...) Ela não é uma revista tendenciosa, tal como faz a militância formal. '__ Ah! Mas vocês são muito didáticos!' etc., mas a gente tem que entender que nós não estamos falando prá negros iniciados, né? São muito poucos os negros iniciados que lêem a revista. [O senhor Aroldo Macedo me passou as seguintes referências do leitor médio da revista: do sexo feminino; na faixa etária dos 25 anos e trabalha fora. É esse leitor da *Raça*? Você pressupõe esse leitor médio para a revista com a qual colabora?] Acredito que na maioria... Quero dizer mais, o Aroldo acredita nisto. Ele sempre dá lá um exemplo muito interessante: '__ Ei! Mas isso que você está dizendo aqui, como vai ser lido por aquela leitorinha lá de Barbacena. [MG]. Ele não menospreza essa leitora, nem o leitor. Ele quer que a revista seja serviço e informação não tanto para os chamados iniciados, prá você, ou o militante (...) que muitas coisas que estão lá não são nem uma novidade, ou estão muito aquém do aprofundamento que ele já atingiu. O pessoal fala:

[9] O título desta seção, uma reprodução da entrevista de Oswaldo Faustino, é um fragmento significativo, extraído de suas falas.

unesp

'__ Poxa! Essa matéria podia ser mais profunda!' [__ a redação da revista questiona, porém:] '__Mais profunda? E como ela seria digerida pela leitorinha de Barbacena [MG]?' __ como diz o Aroldo. E o que é uma verdade. Por outro lado, você acha que uma revista segmentada como é a *Raça* é lida somente por essa pessoa que é mulher e tem seus 25 anos etc.? Ela é lida por muita gente. Na sala de espera do dentista... Ela passa na mão de muita, muita gente. (...) Minhas filhas lêem *Raça*. Lá no núcleo [de Consciência Negra, precisamente no cursinho] eles discutiram a revista *Raça*. (...) Disseram que a revista não tinha conteúdo, a revista era a vazia (...) Nós tivemos matérias sobre Malcom X, Zumbi, memórias de nosso povo e sobre questões raciais... e não podemos esquecer que foi feita uma matéria na revista *Raça* pelo Prado e pela Solange, que eles formavam um casal, ambos negros retintos, que foram para uma série de locais em que foi também um casal branco prá ver se tinha tratamento diferenciado e tal, prá ver.[10] E eles na maioria dos locais encontraram, na maioria dos locais, um tratamento receptivo. Isso significa a inexistência do racismo? Não! Mas que o mercado está nos tratando de outra forma. [Segmentos mais modernos do mercado empreendem esforços em ressaltarem que nos vêem como consumidores. É o potencial de consumo do negro interessado em comprar o serviço, ou um bem qualquer que é vital para o mercado. Mas também é necessário discutir o porquê...] Mas claro! Saiu o Rodriguinho lá do grupo Travessos...ela [uma de suas filhas:] '__ Ah! Eu quero ver!'__ aí ela aproveita prá ver outras coisas. A *Raça* tem esse ecletismo. (...) A revista traz uma grande estrela de *Hollywood*, mas ao mesmo tempo, na mesma revista, ela traz o Alfaiate que é um sambista do morro, mostra o que ele pensa etc. e traz um texto do Ney Lopes que prá mim é um dos negros mais politizados, mais conscientes desse país. Não importa que a minha filha pegou a revista porque tem o Rodriguinho, importante que, ao folhear, ela pare para ler o que o Ney Lopes está falando. Acho que esse é o grande gancho! A leitora média pode ser essa [identificada pelas pesquisas da *RB*], mas [a revista] acaba sendo lida pela família. Essa minha matéria desse mês (Olha a loucura!) que é a do pai. A capa já é o Thaide. Quem se interessa pelo Thaide? Não é, no geral, essa menina de 25 anos. São os *rappers*, os garotos etc. Nossa mais o Thaide com a filha?! Mas o Thaide aparece sempre com aquela de bravo do lado do *DJ* Hum! Puxa! Então, tem um lance de família...! Dentro da matéria tem a entrevista do Thaide que é comovente... Tem a história do Nelson Narciso que é um altíssimo funcionário, diretor de operações de uma empresa aqui no Brasil, (ou seja, ganha muito bem!) falando da relação dele com os pais e dele com os filhos, e dizendo da necessidade que ele têm que os filhos convivam com jovens negros... Várias formas de paternidade, enfim... Outras formas de paternidade de nossa comunidade? Duas formas de paternidade que eu não tive espaço prá falar. Aí eu reclamo... Numa matéria desse porte, só me deu quatro páginas! A paternidade do Mano Décio da Viola... Eu entrevistei o Jorginho Décio da Viola que é o filho dele: '__ Oswaldo, quando meu pai morreu, a minha missão, foi sair pelo Rio de Janeiro [RJ], procurando meus irmãos porque ele foi pai de meio Rio. Quando diziam que, em tal lugar, tem um filho de seu pai, eu ia lá marcar o nome.' Aí, um dia ele chegou, veio uma garotinha, assim, de uns dezessete anos, tava com um bebezinho no colo... Ele olhou e viu uma foto do pai dele com uma lamparina e umas flores: '__ Eu vim aqui porque me disseram que você é filha do meu pai.'[__ disse à menina que respondeu irritadiça:] '__ Eu?! Filha de seu pai? Filha de seu pai é ela!'__ e apontou o nenezinho de meses. Esse é um tipo de paternidade muito comum em nossa comunidade e que a gente não leva em consideração (...) A outra paternidade que eu queria contar é essa paternidade feminina. A maioria dos pais da nossa gente são mulheres... Os pais de família de nossa comunidade são as mães... As mães solteiras, as mães viúvas, abandonadas. Este pai a gente tem que homenagear.

[Recordávamos das notas de Pross (1993) sobre o mercado atento a temas de protestos de ampla margem de repercussão, os quais acabam sendo por ele incorporados e transformados em produtos a serem comercializados, ou em imagens, por exemplo, a relação entre a bebida *Coca-cola* e a expressão liberdade. Afinal, a produção de *RB*, de *Símbolo*, se enquadraria aí. Como é a relação entre política e *RB*? Dessa discussão se precipitou a seguinte referência de Faustino:] (...) A política, prá mim, ela é transformadora, um produto em movimento... não é um enlatado que você vende e acabou ..., mas pululante... Vivo... Ativo. Acho que é isso que se

[10] Para entrosamento com o assunto abordado pelo entrevistado e as questões deste trabalho, ver anexo F.

pode fazer numa publicação como a nossa. Ela vem diluída em uma matéria de moda, numa matéria de comportamento... aí ela é uma coisa pululante. ... Todo mundo está fazendo matéria sobre os 500 anos do Brasil. E nós temos o que comemorar? '__Não! Não temos!', [ou,] '__Temos!' Aí você ouve o Muniz Sodré que é um cara extremamente politizado, sério, profundo etc., mas você ouve o Pitta! Ah! Mas nós somos contra o Pitta! Não cara, o Pitta tá aí na mídia! Nós podemos até criticá-lo, mas não podemos ignorá-lo. Ele existe. Ele pode até dizer uma coisa que todo mundo critique. Pode dizer o que quiser, mas tem que ouvir o Pitta! [Sim, diversidade de olhares sobre uma mesma questão. O tema abordado tem maior possibilidade de ser refletido pelos leitores de repertórios distintos.] Na nova linha da revista, a gente procurou ter essa amplitude de visão.

O grande problema é que, nos anos 70, nós tínhamos, com visibilidade, pequenos núcleos de atuação. Esses núcleos de atuação tinham idéias definidas claras, eram marxistas, tinham determinados propósitos, intransigentes. Ora, nos anos 90, nós estamos em todos os lugares, inclusive com a representatividade dos bem sucedidos. Nós temos aí uma pequena classe média, uma pequena burguesia negra... Não vai dizer que não existe negros ricos. [Não direi isso só porque não os conheço...] É claros que existe. Empresários, profissionais liberais bem postos na vida, enfim, hoje estamos muito, muito, muito diluídos aí. Então, temos todos os discursos, com menos força, porque hoje são muitos os discursos. Muitas as formas desses discursos. Movimento Unificado contra a discriminação racial, que antecede o MNU, prá começar ele não era negro, mas pluriétnico, mas tinha clareza nessa coisa contra a discriminação racial. Hoje o MNU é um Movimento Negro Unificado. Acabou. Ele não tem o discurso contra luta da discriminação racial. Aquele momento que teve a manifestação na escadaria do Municipal...que veio o Abdias do Nascimento veio Rio... No dia seguinte, nós tivemos uma reunião de avaliação. Foi interessante porque você teve propostas da criação de um banco para negros à luta armada, tomada do poder. Numa mesma sala, um leque! Todas as tendências possíveis e imagináveis. Ora! É claro que diante disso, apenas algumas resistiram. O núcleo negro socialista que vinha da universidade acabou dominando e ditando o discurso. O discurso passou a ser esse discurso socialista, mas no começo não era. Você acha que o cara que queria um banco só para negro ia trabalhar para os marxistas? Ele queria formar uma burguesia negra! Ser o banqueiro. Na verdade, a militância mudou muito porque também mudaram as expectativas, o leque aumentou. Hoje você tem várias tendências: o núcleo de advogados da OAB, o núcleo de negros, não sei aonde de universitário, assim por diante. Deu prá sentir porque a gente não tá com esse discurso político marcado?

[Mas o leitor que reconhece, ou já se habituou ao fato da *Raça* não ter um discurso intransigente, assertivo, ainda sim, exige coerência política. Confirmam isso, três episódios marcantes na trajetória da revista. A matéria 'Por que eles preferem as loiras?, *RB* nº 26' que, em razão da discussão suscitada, se estende em outras edições, para concluir, após um levantamento estatístico, a predileção por loiras. O mal-estar, digamos assim, entre muitos leitores na ocasião foi (até!) menos discordar dos números apurados, mas entender que a revista deve cuidar em não ser via provável de dar reforço a conclusões tal como aquela derivada da referida pesquisa. Bem, essa foi a minha percepção acompanhando diálogos e posicionamentos de alguns leitores. Os demais episódios concernem à capa das jovens loira e negra, "Viva a integração!", *RB* nº 15, com uma chamada que reclama a integração e à capa dos casais de jovens negros seminus. A respeito, os leitores interpretaram a imagem como apelativa e inconveniente para uma revista que prima por levar o negro a se pensar capaz de se auto-realizar, para além dos estereótipos impostos à mulher e ao homem negros, no caso, o sensualismo e a virilidade.] Sim. Fosse seguida de um contexto, mas ela [a capa das jovens negra e loura] não tinha um contexto...Tinha? Ela falou: '__ Hora de integrarmos...' De que forma? Não tinha nada dentro da revista sugerindo formas, embora, a integração ela é real, é necessária, presente, é constante. [O seminu na capa?] Desastre. Humf..."

[Entendo que um fato é incontestável. A Raça produz desorganização. Enxerta coisas novas na sociedade. O que viu acerca disso?] "(...) ela [*a Raça*] motivou o surgimento de outras publicações (até!) prá sanar as carências dela. Deixa eu só te dizer uma coisa. Tem uma questão muito interessante. Você tem, neste universo da cosmética, a *Etnic*, uma feira de cosméticos, em que (...) teoricamente, seriam os produtos étnicos (...) Mas, na verdade, o que eles chamam de produtos étnicos é sempre produtos prá negros, né? [_ Como se branco não fosse etnia...] Éhh... (risos) Amarelo não fosse etnia...! [*Prateleira étnica* chamam!] (risos) Mas, enfim, a *Etnic* é uma feira de produtos para negros. (...) um dos maiores nomes _ eu não sei dizer qual_ (...) diz o seguinte: que ele não queria que o produto dele, fosse associado com negros porque ele queria vender também o produto dele prá brancos...! Só! Que ele (ri) fazia produtos prá cabelo ficar (...) não sei quê e tal! '_ Mas, olha! Não vem com essa história que meu produto é prá negro...' _ né? (...) Quando, até então, eles faziam seus produtos, punham pessoas brancas anunciando (...) e nunca se preocuparam se nós comprávamos, ou não... porque achavam que nós não tínhamos poder aquisitivo. Agora, eles querem o nosso dinheiro, mas não querem deixar de ganhar o dinheiro dos outros. [Mas, não querem falar que vendem para negros também.] Não! Não querem falar... Eles não querem associar porque associar também, aí é fechar o mercado (...) É só pegar a data do surgimento da revista *Raça* e dar uma olhada na quantidade de produtos que surgiram a partir daí, sem sombra de dúvidas é uma conseqüência... Mas, quando eu falei de produtos de venda não... eu falei [também] de produtos similares, ou seja, de revista mesmo (...) Infelizmente... sempre houve revistas, jornais voltados prá negros (...) Mas sempre era aquela coisinha humilde, militante... era o mimeógrafo (riso), era, sei lá (!), o xerox etc.. O que [é] que a *Raça* veio fazer? Veio dizer que nós podemos ter produto bom, de qualidade para os nossos e com a preocupação de estar ombro a ombro com qualquer outra publicação, por isso, inclusive, que a nova revista ela tem um quê (riso) de [revista] *Veja*, um quê de revista de informação! [Por aí que essa nova fase da *Raça*, a da reviravolta, com o retorno de Aroldo Macedo, que é relacionada à idéia de 'Informação, poder e formação'?] Essa é coisa!

[Dizia a respeito da dificuldade do empresariado nacional contemplar uma fração significativa da população brasileira, constituída de afrodescendentes. Essa dificuldade vai ser experienciada pela *Raça*. Ora, ela é um investimento cujo sucesso demanda outros que sejam afins aos seu. Como vê, pensa a revista e a longevidade que ela alcança, no mercado, ante a tais dificuldades?] (...) não poder gastar muito conosco porque não têm retorno... que acha que não têm retorno... e não têm mesmo porque eles [os anunciantes] fecham! (...) No Rio, eles fizeram uma publicação chamada *Nós* que seria bancada por uma entidade internacional, (...) era uma coisa de umas duzentas páginas, papel *couchê*, de alto nível (...) que não aconteceu nada 'tamém'. Acho que teve umas quatro, cinco edições no máximo. (...) só a aventura de estar no quarto ano faz da revista *Raça* uma... (Grande

unesp

negócio...?) gran-de realização. Então, quando o Aroldo fala dela, principalmente para o universo acadêmico, ele faz o discurso formal (...) É uma atitude de defesa (...) Fecha as guardas. [Esse intercambiar com o universo acadêmico seria extremamente favorável para revista..., à sociedade. A partir daí, as pessoas saberiam olhar para a personagem da 'linha de frente', o Aroldo Macedo, e prá revista Raça de um modo diferente... Mas, execraram a revista. Como isso foi sentido?] (...) Eu acho que ele não quer mais fazer (...) Você, só chegou agora (...) [Depois que todo mundo já tinha tecido suas considerações e...] (...) Já tinham enchido o s... dele! (...) Olha dá uma desligada no equipamento... [__ nos disse Faustino.] O meu maior erro foi, um dia, ter deixado escapar, sem querer (...) que para estar neste corpo editorial [de '*Raça Brasil*'] eu trabalharia de graça. (...) Prá estar fazendo um produto como esse, eu faria com a maior satisfação. Porque eu disse: '_ Eu passei a minha vida inteira trabalhando para outros ... [ri] patrões, prá outros projetos que não tinham absolutamente nada a ver comigo (...) e, de repente, eu estou fazendo um que tem a ver muito comigo, que tem a ver com a minha comunidade (...) uma coisa que você vê um crescimento. Você sabe qual é a coisa mais interessante que a gente via no metrô? Principalmente no começo desta revista? As meninas negras, elas carregavam a revista mostrando a capa..." [__Como se fosse a sua *Capricho*...?] Éhhhh! E trazia colada no peito, assim...e murch... [__ emociona-se.] Sabe?! E ... meio que: '_ Pisa que esse chão é seu ... !'_ né? Isso prá mim é muito importante. Isso prá mim me dava gosto, então, eu trabalharia de graça." [_ conclui Faustino]

5 Para além da obsessão com o pêlo capilar: a história de *RB*, segundo Elisa

"A história que tinha te contado? [__ recomeça Elisa.] Eu fui comprar uma revista...A *Raça*, né? Você conhece. Eu fui a uma livraria ... e tem eu (vou dizer) um pessoal bem remunerado...Sabe? Filhinho de papai... A maioria deles é estudante... de pele bem clara mesmo ... Eu estava lá vendo uma revista tal e a moça chegou em mim e falou assim: '__ Ô! Nossa! Legal! Você tá comprando essa revista...prá influenciar, né? Prá eles tarem fazendo de novo. Se vocês não comprarem, imagine como é? Depois a gente ficou conversando e ele [proprietário do local] falou que a revista era prá mim mesmo! Que eu tinha que ficar com a revista, né? Lógico! Que se preto era prá preto, porque preto não comprava? Que se preto não comprasse, quem que ia comprar, no caso? Daí eu olhei assim ...e falei [para comigo mesma]: ' __Não...' Continuei vendo a revista e fui ao caixa...prá acertar. Daí eu falei: '__ Se eu não tiver dinheiro, como você vai comer? Né?' __respondi para ele! Ele ficou super sem graça porque ele achou que eu não ia responder, né?!' [O que quer me dizer? Você sentiu diferença no modo como ambos se colocaram quanto ao sentido do que você estava fazendo? É isso? A primeira pessoa a quem se refere também mencionou que achava importante um negro comprar a revista...] É. Ela falou que eu comprando a revista valorizaria quem estava fazendo ... A pessoa que tem o trabalho de fazer a revista. Eu concordo com ela, viu?! Porque se a gente não lê, não tá influenciando, nunca vai sair disso! Cê entendeu? Sempre vai tá uma revistinha, assim, prá gente, escondida. Não é assim! [_exclama.] É um trabalho que tem que ser mostrado. A gente tá aí prá ser mostrado ... A nossa cor tem que ser mostrada. E tem sim... tem que comprar e num tá nem aí! Tá falando? Nem liga! Tá comprando. Às vezes, não precisa nem falar, sabe? Você entra, dão aquela olhada assim... [riu-se] Sabe? [Comprar a revista, o simples ato de adquirí-la, se torna desafiante? E toda vez que vai comprar a revista, você percebe isso?] __ Ah! Sim! Tem (né?) aquele olharzinho... A hora que você chega no caixa, olham assim prá capa ... [Tenta reproduzir o modo como percebeu o embaraço com que ouve o comentário:] '__ Nossa...! Ahn! É alisamento prá cabelo né?!' [Prá cabelo? Acham que a revista *Raça* é somente prá cabelo?] Você entendeu? [risos] ... Você entra na livraria, sabe? Pelos olhares ... Ela não precisa estar expressando. Tá falando prá você: '__Ó aquilo é prá você...' [Não é uma coisa positiva?] Não é uma coisa declarada, entendeu? [Ah! Deixa eu tentar te entender: "Vai comprar a revista de preto."... Sente que é esse de preto é pejorativo?] Isso! [__ me interrompe.] Não é positivo...Imagina! Não é aquela coisa: 'Que legal! Você tá comprando!' __ um incentivo. [Você tem amigos, brancos, ou não, que lêem a *RB*?] Tenho ... [Mudou o modo de tratamento? A relação de brancos com negros e de negros e negros? Você vê isso?] Ah! Influencia. Você acaba lendo a revista, você acaba entendendo mais ... Teve uma época na minha vida que saia

bastante roupas assim... '100% NEGRO'. Então, [rindo] tinha um monte de amigo que usava a camiseta. A gente falava : 'Vocês não são preto. Vocês são brancos. O que tão fazendo com essa camiseta?" [O amigo respondia:]"__ Não. A gente é preto. A gente é preto. A gente é preto." Sabe? [ria-se] '__Não! Tsc! Tsc! Preto sou eu! Preto sou eu!' Tinha calça mais estilo *black* e eles viviam comprando! ' Ahhh! [__ em sinal de deboche] Que que isso?' Esse amigo que eu falava que não era preto, ele é loiro, bem loirinho ... [Eles mudam com relação ao jeito de se vestir. Elisa, vocês dizem que a 'onda é ser negão'. Refletir um estilo ... Para além disso?] Eu acho [se torna pensativa] que, tipo assim, ter alguma coisa além da amizade, não. Ah! Eu percebo isso. Esse amigo meu mesmo, a gente percebe. Ele tá sempre com a gente. Ele anda numa roda de preto. Tá entendendo? Ele curte o *rap* que a gente curte, mas a namorada dele é loira e nem menciona por nenhuma negra! Passou da amizade ... Até brigar por causa da gente, às vezes, eles brigam: '__ Que você tá xingando?' __ não sei o quê! Saiu disso, saiu da amizade, eles cortam. E cortam feio: '__ Ah! Não vamô confundí!' [risos] [Estilo? Vocês aprendem com a Raça também? Você consomem aquilo como onda também?] Ah! Bastante, bastante! Tem coisas que a gente quer da revista e não tem aqui. Por ser interior ... Fora outras coisas que a gente vai vendo... É tiara, não sei o quê. Livros? Você me disse que gosta de ler. Se entusiasma em procurar por livros relativos a essas questões?] Não. Não. [Não é importante buscar as informações que precisa também nos livros? A *RB* faz indicações.] Acho. Acho. Porque quem tem a oportunidade de estar pegando livros, tá vendo mais. (...) Eu li um livro sobre o Malcom X que eu não sabia nada sobre ele! Quando eu li sobre o que ele fez, porquê ele mudou, sobre o que aconteceu ... Porque eu li na revista um documentário sobre ele... Mas para se informar você espera mais da *Raça* mesmo, não é? Prá ler, prá procurar, é de fácil acesso. É uma coisa, tipo assim, não é cara, é de fácil acesso prá mim. Se eu for numa loja, eu vou achar, eu vou ler, eu vou entender, tá numa linguagem que eu vou entender.

[Você, depois da revista *Raça*, Elisa?] Antes existia um preconceito muito grande. Entendeu? Principalmente, o meu cabelo! [De você para com você mesma?] Eu nunca achava um jeito prá ele ... Aí começou as tranças, a virar moda e tal! E a revista sempre trazia uma trança diferente, não sei o quê diferente! [Elisa me conta esta seqüência de fatos, empregando um ritmo cada vez mais veloz ao discurso, para que eu conseguisse depreender como se deram as mudanças e com qual velocidade elas ocorriam em seu universo.] Então, foi quando eu trancei o meu cabelo! Nossa! Aquilo prá mim era maravilhoso! Eu comprava a revista todo mês para ver uma coisa nova, uma coisa diferente que ela ia trazer prá mim! Passei, sim, eu sou sincera em dizer, que usei as maquiagens. Deixa eu falar em maquiagem. Então, às vezes, eu acho que traz muito pouco na tonalidade porque às vezes eu preciso de um tom que combine com tal coisa. ... Mas o que fala também já ajuda. [A revista quebra muitas coisas em você e te faz construir outras. Isso? Com quantos anos você começou a ler a revista, Elisa?] Quando ela saiu na televisão, eu amei. ... Doze anos. Eu falei: '__ Olha que legal!' Não tinha. Naquela época não tinha... Uma revista prá gente. Ainda eu falei: '__ Ó, mãe que dez!' [E a sua mãe?] Aí a minha mãe falou super legal. Aí o meu vizinho tava em casa, um polaco lá! Ele: '__Ah! Não vai durar muito tempo não!' Eu: '__ Ai, vai durar, sim!'[__ insistia:] '__ Ai, vai durar, sim!' [Repetia consigo mesma:] '__Ai, vai durar, sim!' Eu falei: '__ Ah! Eu vou comprar porque (sabe?) mais um que compra ...A revista fica com mercado!' [risos] Não, menina, essa foi a idéia que eu tive! Que nem o IBOPE? Quando você liga, começa a aumentar, né? Então, cada um que compra, tira a revista. Minha mãe falou: '__É verdade. Se você não comprar, não vai tirar a revista.'

[Falam que a revista serve para exibir pagodeiros negros endinheirados. Procede a crítica? Você concorda?] Prá mim é um orgulho muito grande um negro estar em um bom cargo, se sobressair, ter vantagens, de mostrar que também pode. A gente não corta os pagodeiros do movimento. A gente tem uma diferenciação do *rap* e do pagode, é separado porque os pagodeiros valorizam os *playboys* e a gente do *rap*, a mensagem de mudar, [a mensagem] do que a gente sofre. A dificuldade, o que a gente sofre. Importa acontecer! Eu acho. [Fale mais. Eles têm posicionamentos diferentes. E qual a importância de todos eles presentes na revista?] Na minha opinião, prá mostrar o tipo de trabalho que a gente faz. Da gente ter lutado... Prás outras pessoas já é difícil, pro negro mais difícil ainda. Que ele chegou ali porque ele estudou, porque lutou, trabalhou. [A revista prá você?] Ah! Tanta coisa a gente aprende lendo a revista! Às vezes, sai matérias sobre livros...Eu acho muito interessante quando sai sobre filmes, melhores atores negros. Sobre pele, sobre cabelo... Sobre o como

cm 1 2 3 4 5 6 7 8 unesp 12 13 14 15 16 17 18

se tratar... A valorização da gente. Uma vez saiu uma matéria muito legal sobre quilombo... Eu amei. Eu achei super interessante. Tinha coisas lá que eu não sabia. Detalhes que eu não sabia! O 500 anos do Brasil? Tinha uma matéria maravilhosa sobre eles. O que significa prá gente! Eu achei super legal! Nossa! Gostei prá caramba da matéria nesse sentido. Por que ver o lado dos outros é diferente, agora, você aprender o seu lado, o que foi para a sua cor, prás pessoas que vieram antes de nós é diferente. Aprendo um a porção de coisas. [Você tem oportunidade de aprender sobre estas questões em outros lugares?] Aprender? Não. Por que eu acho que essa é a única revista que conheço com esse nível de tanto de matérias... com profundidade. Só a *Raça*! [E a escol...?] Ah! Não! Tsc! Tsc! Tsc! [__ meneou a cabeça, como quem se frustra com relação a esse âmbito.] Escola não! Escola é muito vago! É muito por cima! É muito enrolado! Não aprofunda nesse tipo de coisa! 'Malê má', uma professora de Psicologia pode pensar em entrar no assunto, mas ela entra em contradição ... Aconteceu isso com a minha professora. A gente estava conversando, eu e ela, a respeito de negros e ela usou a palavra *nêgo* ... [Você chama *estilo mais black* o que outros denominam *moda engajada*. A revista a influenciou no modo de se vestir, Elisa?] Ah! Bastante! [risos]' (Elisa Augusta da Silva, estudante, 16 anos, negra)

6 O lançamento de *Raça Brasil, a revista mensal do negro brasileiro*

No mês de setembro de 1996, a editora *Símbolo* lança no mercado nacional a publicação *RB, a revista do negros brasileiros*.

As inscrições da capa da número 1, "a revista dos negros brasileiros", "Raça Brasil", "Essa é prá mim!", já definia uma das principais características dessa publicação, a qual perdura até o seu mais recente número, ou seja, o ufanismo negro. Ocorre que, na recomposição de *RB*, de "uma revista para negros" a uma "revista sobre negros", esse traço incluiu-se necessariamente. Todavia, ao invés de se exaltar e/ou colocar em evidência a beleza negra, tal como se fez inicialmente, de forma mais intensa, a meta se deslocou ao enfoque da produção e do desempenho atingido pelos afrodescendentes nas mais diversas áreas da vida social.

Aquela referida chamada da capa de *RB* número 1 foi desenvolvida em "Linha de frente" pelo editor-chefe Aroldo Macedo. As ambições que a publicação pretendia atingir, junto ao público leitor objetivado, foram explicitadas.

A capa da primeira revista *Raça Brasil*

LINHA DE FRENTE

Essa é pra você!

Todos os dias nascem milhares de negros e negras neste país. Negros de todos os tons. Nascem exatamente como os outros brasileiros: com direito à vida e à dignidade. Como todas as crianças, aprenderão a andar, falar, brincar e sonhar. Crescerão com suas famílias, irão à escola, criarão novas famílias e sonharão com um mundo melhor.

Todos os dias nascem negros neste país — mas o país não sabe disso, ou finge não saber. Estamos por toda parte. Nas ruas, nos escritórios, nos shoppings, restaurantes... no entanto somos invisíveis! Como pode um país não enxergar mais de metade de seu próprio povo?

Felizmente, os tempos estão mudando. Nadando contra a corrente, vamos aos poucos conquistando espaço, respeito e dignidade. Dizem até que a moda hoje é ser black. Pois eu acho que o negro sempre esteve na moda. Afinal, como diz Carlinhos Brown, somos fortes, bonitos, poderosos.

***RAÇA BRASIL** nasceu para dar a você, leitor, o orgulho de ser negro. Todo cidadão precisa dessa dose diária de auto-estima: ver-se bonito, a quatro cores, fazendo sucesso, dançando, cantando, consumindo. Vivendo a vida feliz.*

*Todos os meses, **RAÇA BRASIL** vai falar de nossos problemas e apresentar soluções. Vai ajudá-lo a se cuidar melhor, a viver com mais alegria e segurança. Vai também discutir nossa identidade, resgatar nossa herança cultural e mostrar que a negritude é alegre, rica, linda. Estaremos atentos para negar o preconceito, mas, acima de tudo, queremos afirmar nossas qualidades.*

Nosso trabalho apenas começou. Quem vai continuá-lo é você. Lendo, discutindo, escrevendo, sugerindo, reivindicando. Queremos oferecer o que há de melhor. Ninguém neste país merece mais do que você.

*Queremos esta revista com a cara da nossa raça: black, colorida, com balanço e ginga bem brasileiros. Isto é **RAÇA BRASIL**.*

Marcos Marques: editor de arte

Mara Magaña: editora de texto

Da esquerda para a direita, a equipe que faz RAÇA BRASIL para você: Fran, Leda, Mara, Marcos, Aroldo, Margareth e Rita

Aroldo Pinto
Editor Chefe

RB nº 1, p. 4, setembro, 1997.

A primeira tiragem colocada para comercialização, 200.000 mil exemplares da revista, em apenas uma semana, teve sua venda completamente esgotada, levando à reimpressão de mais de 100.000 mil cópias.

Naquele momento, o êxito mercadológico da publicação dirigida especificamente ao negro brasileiro foi tratado em *Veja*, na matéria sob o título *Sucesso negro*. O escolha desse

título se mostrava significativa, uma vez que o "fenômeno editorial" de 1996, *RB*, se fazia notar em razão de servir à desestabilização da visão preconceituosa, já sedimentada na sociedade brasileira e, notadamente, entre as empresas nacionais, para as quais a população afrodescendente é concebida *massiva e invariavelmente não escolarizada, muito desfavorecida economicamente* e, na seqüência, de *limitado poder de consumo*. Assim, novas informações eram acrescidas e se confirmavam a partir do "sucesso negro" chamado *RB*, as quais, extraídas das declarações de Aroldo Macedo e Roberto Melo, respectivamente, editor-chefe da revista e diretor editorial de *Símbolo*, naquela ocasião, podiam ser sinteticamente expressas nas seguintes máximas (Kachani, 1996, p. 112):

1. O negro brasileiro não é miserável;
2. O brasileiro negro também exibe a face de um consumidor voraz;
3. O negro representa um grande número da população brasileira, cujo potencial e gostos de consumo são desconhecidos;
4. O consumidor negro ainda está a espera de que tais gostos e potencial sejam explorados pelo mercado.

Ficava visível que, na discussão sobre o desinteresse do mercado nacional para com o afrodescendente consumidor, havia uma centralidade conferida ao fator preconceito social/econômico, de forma a secundarizar os aspectos concernentes ao preconceito quanto à procedência étnica. Pode-se dizer que o poder aquisitivo do consumidor possível se constitua na principal motivação para as empresas objetivarem-no, daí os debates gravitarem em torno de tal relação. A respeito, no entanto, é preciso nos lembrarmos que, no Brasil, historicamente e na maior parte das vezes, colabora para o fato do negro não ser vicejado pelo mercado como sujeito social e político de direitos, o próprio preconceito, a discriminação racial, bem como descompromisso político para com a tal questão, manifestos em atitudes individuais e evidenciadas na postura de empresários a profissionais empregados na criação e divulgação de seus produtos e serviços.

> Ela [a propaganda], na verdade, é um reflexo da sociedade. (...) O cliente tem um papel muito mais importante do que a agência. Não adianta eu querer colocar um negro na propaganda se o cliente disser que quer a filha dele. Eu não tenho como contra-argumentar. Então o cliente tem uma parcela muito mais importante nesse processo do que a própria agência. ___ sustenta Zambrotti, diretor da agência *Sette Graal* (1998, p. 86)[11]

[11] Meios de comunicação e diversidade racial (seminário), Brasília, 1998. 105 p.

unesp

RB, cujo ineditismo está em se originar enfatizando a natureza de uma relação a partir da qual se remete prioritariamente ao consumidor que atenda pelo predicativo *negro*, e não ao negro político, militante, acadêmico etc., acabou suscitando uma justificativa para o alto índice de aquisição de seu primeiro número, fundada em uma percepção sobre as condições financeiras da população alvo de compradores. "Por trás do êxito da revista, [se concluiu, a partir daí] está um mercado quase desconhecido: os negros de classe média" (Kachani, 1996, p.112). No entanto, as motivações para o consumo de *RB*, advindas de percepções e consciências distintas acerca de experiências pessoais de vida e marcadas por situações de discriminação e preconceitos, as quais contribuíram para o surpreendente montante de vendas, não foram abordadas em sua importância. Entendemos que a secundarização desse fator tornava qualquer resposta oferecida à questão abaixo insuficiente:

O que serviria de explicação para *RB* alcançar uma margem de vendas elevadas, uma vez não empregada somas vultuosas em campanhas de publicidade na divulgação de seu lançamento, sendo o montante de 800.000 mil reais suficientes para levar a revista aos seus postos de comercialização?

À *Veja* a inesperada comercialização inicial de *RB* podia ser atribuída a uma segunda causa, ou seja, à curiosidade primeira:

> O maior desafio de RB, agora, é a continuidade. E isso independe de ser uma publicação para negros. Já é quase uma tradição brasileira que, em seu primeiro número, uma revista seja um estouro de vendas, muitas vezes em função da pura curiosidade que desperta. O acerto e a consolidação de seu sucesso terão de ser confirmados todos os meses (Kachani, 1996, p. 112).

Quanto mais nos aproximamos da história de *RB*, porém, menos podemos explicar a sua longevidade, no mercado brasileiro, atrelando tal fato à curiosidade fortuita, ao interesse gratuito. Assim, o tempo também tratou de tornar frágil e implausível a prospectiva quanto ao futuro de *RB* enunciada por Carlos Alberto Medeiros, assessor do senador e militante negro, internacionalmente conhecido, Abdias do Nascimento.

Medeiros (1998) considerou o sucesso de vendas e permanência de *RB* no mercado relacionados ao significado do material para uma população carente de fontes que elevassem a sua auto-estima.[12] Em sua participação no congresso sobre *Meios de comunicação e diversidade racial*, no entanto, ao analisar as causas das quedas de vendas e o

[12] Meios de comunicação e diversidade racial (seminário), Brasília, 1998. 105 p.

rebaixamento do preço de *RB*, deixou evidente que, nas contingências daquele momento, maio de 1998, a continuidade da produção dessa revista já se mostrava incerta. Argumentou, ainda, que se, em um primeiro momento, *RB*, com seu "conteúdo pouco denso", fora recebida como "(...) uma espécie de maná, caído dos céus para aplacar uma fome secular de auto-estima (...) a ponto de ser necessária uma reimpressão de sua primeira edição", ao longo do tempo, a revista não mais oferecia motivação para ser adquirida, tão logo não ultrapassasse a condição de se constituir na repetitiva "bela vitrine de corpos e rostos negros", fator agravado em razão de estar desamparada por estratégias de publicidade mais agressivas (Medeiros, 1998, p. 59).

De fato, o chamado *pico de vendas* que *RB* teve no início de sua história de comercialização, não se manteve uma constante, ou se repetiu com as séries de reestruturações em sua publicação, no entanto, em setembro de 2000, a revista completou quatro anos e, nesse mês de novembro, está em seu quinto ano de publicação, na 51ª edição. Atualmente, *RB* se mantêm no mercado com uma margem média de vendas de cada edição que oscila em torno de 100 mil exemplares ao mês.

Essa longevidade de mercado de *RB*, entendemos, está relacionada à geração de um movimento o qual ela nutre, catalisa e reflete e que denominamos de "Ser 100% negro, o movimento *black's beautiful* à brasileira". No capítulo I V, nos deteremos a respeito.

Se constituindo em uma informação para o mercado, o sucesso de lançamento de *RB* culminou no surgimento de outras publicações, as quais passam a exibir, em razão disso, um grande mimetismo com relação a ela. Todavia, a existência de similares não gerou a competitividade que lhes permitisse alcançar, ou tirar de *RB* o fato de se constituir na mais vendida revista masculino-feminina para negros, no Brasil. Do contrário, a existência de similares e o fato de não atingirem picos elevados de comercialização, ao ponto de concorrerem acirradamente com *RB*, contribuiu para se sublinhar a concepção de que essa última teria uma qualidade superior.

Para além da avaliação e estabelecimento de comparação da qualidade de *RB* e outras publicações do gênero, o levantamento das associações criadas em torno desse produto pode oferecer subsídios mais consistentes para que compreendamos a sua superioridade de vendas.

unesp

7 As associações em torno do produto *Raça Brasil*

Faz parte da história do produto *RB* conceder à editora *Símbolo* o início de uma fase de maior desenvolvimento de seus negócios. Nesse caso, não foi a marca, mas as associações em torno de um de seus produtos, em particular, *RB*, que a popularizou. Podemos falar que *Raça* conferiu credibilidade e conhecimento às demais publicações de *Símbolo*, cujo traço característico é dedicar-se a questões dentro de um quadro de interesses muito particulares, objetivando atender necessidades e gostos muito específicos de distintos segmentos, dentre o público-consumidor.

Tal aspecto da editora é sustentado nas publicações de outros títulos de *Símbolo*': a) "*Atrevida*: a revista da adolescente" e "*Atrevida mini*: um novo conceito em revistas para adolescentes: todas as matérias são editadas como testes." ___ no texto de divulgação de um dos catálogos de promoções de *Símbolo*; b) "*Vinte*: Finalmente. A revista para quem não tem mais quinze anos, mas também não chegou aos trinta anos."___ dizeres no encarte de promoções, em *RB*, número 18; c) "*Barbara.* A revista que tem tudo o que a mulher com mais de 35 anos precisa para viver a melhor fase de sua vida (...)"___ em *RB*, número 24; d) "*Meu nenê*. A única revista brasileira dirigida para a mãe (...) traz reportagens sobre alimentação, higiene, saúde, moda e decoração, além de orientar a leitora sobre emoções e relacionamentos de seu filho." ___ em *RB*, número 22 ; e) "*Uma*. Todas as mulheres em uma".

Vejamos um dos textos de divulgação de *Raça*:

RB, nº23, julho, 1998, p. 19.

O impacto social de *RB* ocorreu de forma a ampliar o potencial de concorrência dessas publicações da editora *Símbolo* com outras produções similares que, disponíveis ao consumidor, pertenciam a empresas cujas marcas e desempenho, no setor, já eram conhecidos. Em um contexto marcado pelo mito da democracia racial, por si só, o evento da publicação *RB*, cujo aspecto singular é ser um produto direcionado, sobretudo, ao consumidor/leitor negro, se constituiu em uma eficiente campanha de publicidade. A singularidade de questões muito próprias ao segmento a ser atingido por *RB*, podemos dizer, serviu a sua autopromoção, suprindo a carência de um setor eficiente de Símbolo nas tarefas relativas a *marketing*, amenizando os efeitos dados pela ausência de estratégias de publicidade ostensivas.

Na mesma dinâmica a partir da qual a população de origem étnica negra adquire visibilidade através de *RB*, notemos, o sinal gráfico de *Símbolo* vai se tornando cada vez mais familiar, o que lhe é fundamental, tão logo "(...) dificilmente uma decisão de compra ocorre sem o prévio conhecimento da marca pelos seus *prospects*", nos recorda Pinho (1996, p. 136). A esse respeito, interessante é notar que, na ocasião do lançamento de *RB*, 1996, a editora *Símbolo* já estava em seu nono ano no mercado nacional, entretanto, sem usufruir de fase próspera, a qual lhe propiciaria o seu produto "para os negros brasileiros", a partir de setembro daquele ano.

O sinal gráfico de *RB* nº. 01.

EDITORA
SÍMBOLO

O sinal gráfico de Símbolo até *RB* nº. 47.

EDITORA
SÍMBOLO

O sinal gráfico do aniversário de uma década da editora, o qual acompanha *RB* do quinto ao décimo sexto nº., ou seja, em seu segundo ano.

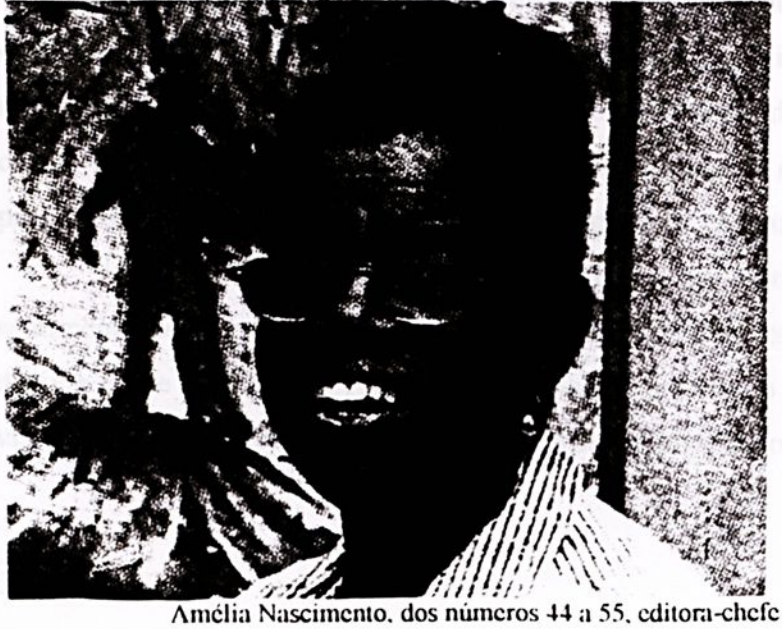
SÍMBOLO

O mais recente sinal gráfico da editora *Símbolo*, incluído a partir de agosto de 2000, em *RB* número 48.

Todavia, ressaltavam nossos interlocutores, as oportunidades advindas do sucesso de *RB* não foram amplamente exploradas por *Símbolo*. Concorreu para isso a baixa percepção para se apurar, dentre as solicitações de produtos e serviços formulados para o consumidor negro, novas fontes e estratégias viáveis de investimento e de retorno financeiro. Ademais, não houve uma preocupação voltada ao investimento de montantes vultuosos na publicidade de *RB*. A publicidade, lembremos, é fundamental para as empresas garantirem, na mídia, a exposição permanente e controlada de suas marcas e, respectivos, produtos, o que se revela em excelente recurso, provável de lhes permitirem, em curto prazo, uma posição estratégica na concorrência umas com outras (Pinho, 1996).

Interdependente de *Símbolo*, a trajetória de *RB* é caracterizada pela carência de investimentos em publicidade. Atenta, no entanto, ao fato de *RB* e as suas temáticas abordadas se constituírem em seu próprio recurso de propaganda, a editora cuidou para que revista, em toda sua história, permanecesse personificada por editores negros.

Aroldo Macedo, o qual personifica *RB*, em dois momentos, de setembro de 1996 à outubro de 1998, como editor_ chefe. No número 43 de *RB* , março 2000, Macedo, como diretor-responsável, declara sua saída definitiva da revista, em "Linha de frente".



Amélia Nascimento, dos números 44 a 55, editora-chefe de *RB*.

Essa medida não se relaciona somente à necessidade de se empregar o profissional cujas experiências pessoais o torna mais próximo e sensível para tratar de questões vividas pela grande maioria de leitores de *RB*, a qual se compõe de afrodescendentes. Trata-se de estabelecer elos afetivos, criar uma relação estreita e passional com o produto. Tais laços de cumplicidade objetivados têm início com a figura de Aroldo Macedo e servem ao que Pinho (1996) chama *forte associação* do consumidor alvo para com o produto.

As associações se definem no criar e sublinhar as características que diferenciam um determinado produto dentre outros de mesma finalidade, os quais podem ter, entre si, qualidade idêntica e, inclusive, satisfazer do mesmo modo as demandas do consumidor. No caso do produto *RB*, a comunicação/ou apresentação da revista mensal por um negro a negros leitores, vai servir, sobretudo, no princípio de sua comercialização, de motivador para a conquista da lealdade, ou da fidelização do consumidor em relação à revista.

Ademais, quando recém-lançada, a revista não encontrou outros produtos de mesma finalidade com os quais tivesse que disputar por números de consumidores. *RB*, em sua especificidade, se constitui, primeiramente, no recurso material que vai sanar uma demanda há muito já posta, para a qual o mercado brasileiro não se ocupara em apurar, de modo mais detido, até o período que remonta ao seu lançamento. Ser o produto que, em um tempo de contingências específicas, interrompe a carência de uma dimensão da vida social do segmento de origem étnica negra da população brasileira (notadamente, com *RB* que o negro brasileiro pode ver-se dignamente representado como sujeito capaz de realizar-se e atingir exímio desempenho em quaisquer atividades etc.) é um fato que se consubstancia em uma forte associação, a qual contribui para a revista se manter em posição vantajosa com relação a outras publicações de natureza semelhante.

Por outro lado, devemos considerar que produto *RB* se consuma em um grande evento, se considerado o contexto de sua publicação. A publicação da revista torna constante e mais intensa a circulação de informações sobre o segmento de origem étnica negra, cujo o fato de não serem divulgadas, em vias de grande penetrabilidade social, não as tornavam elementos presentes no universo de convivialidade dos brasileiros negros, ou não.

Penalizados por uma ideologia cujos desdobramentos tendem a promover o sentimento de auto-aniquilação, a presença de tais elementos é experienciada de forma muito distinta entre afrodescendentes. *RB* expunha a população de origem étnica negra a uma visibilidade sem precedentes, no país, e na mesma medida, tornou conhecida, aos não-negros e

também a negros, tal como nos lembra Francisco de Oliveira, a existência do segmento afrodescendente economicamente ativo.

Desse modo, nos diálogos com leitores de *RB*, fossem eles regulares ou não, simpatizantes, ou críticos severos da linha adotada por essa revista, pudemos notar que, genericamente, articulavam a percepção do significado social da referida publicação a pelo menos um efeito desestabilizador, o qual contribuía à alteração de um cenário de características já sedimentadas.

Quais são esses aspectos propulsores à desestabilização apontados pelos leitores? Tomemos os exemplos seguintes, através de construções na própria revista:

a) contra o suposto de que a origem étnica negra indica fealdade, a cor e traços negros são tratados como o próprio sinônimo de beleza:

ESPECIAL
Nossa cor é linda!
Consciência, postura e atitude nas
28 poses e frases de gente que tem
muito orgulho de ser negro

RB nº 27, p. 4

b) o potencial de consumir e ostentar bens, bem como uma formação cultural sofisticada, quando a sociedade é educada para identificar o negro como sujeito sem potencial para ingressar nos setores mais competitivos da sociedade:

Emanuel Araújo

Quando assumiu a direção da Pinacoteca do Estado de São Paulo, em 1992, ele tinha nas mãos um verdadeiro desafio: uma instituição acanhada, malconservada, sem prestígio. Seis anos depois, por obra de sua iniciativa e parceria com empresas privadas, o perfil do museu mudou. A pinacoteca paulistana está inscrita no circuito mais nobre das artes visuais, abrigando nos últimos anos exposições internacionais de peso. De olho num futuro promissor, Emanuel acaba de concluir a maior reforma da história do museu.

SIMBOLO IMAGENS

RB nº 25, p. 35

c) o interesse do negro para com as questões que o atinge, quando já temos vulgarizado o seu próprio desinteresse no tocante à problemas decorrentes de sua procedência étnica:

Sucesso na política e nos negócios

Quando **Vanderlei Coelho** entrou na campanha do candidato à prefeitura de Carapicuíba, município da grande São Paulo, sua função era apenas coordenar comícios. No entanto, sua habilidade para resolver problemas das mais variadas ordens fez com que ele fosse nomeado ao cargo de secretário do Executivo da prefeitura da cidade. Advogado e oficial da Polícia Militar, Vanderlei já foi diretor administrativo de hospitais e clínicas de São Paulo e tem administrado com sucesso empresas das mais diversas áreas, como as do setor imobiliário e de organização de eventos.

Um dos principais responsáveis pela formação do secretariado municipal, Vanderlei fez questão de indicar muitos profissionais negros para ocupar postos na prefeitura e tem incentivado o desenvolvimento de programas voltados para a saúde e o lazer no município. Mas nem tudo é perfeito na carreira do advogado. O fato de ser negro ainda gera preconceitos que ele enfrenta no dia-a-dia. "Muitos empresários e políticos da região têm dificuldade em acreditar na nossa competência. Mas com calma vou mostrando o meu trabalho e quebrando as barreiras", declara.

Escreva para RAÇA BRASIL, seção Nossa Gente, R. São Carlos do Pinhal, 60, 13º andar, São Paulo, SP, CEP 01333-000

14

RB nº 23, julho, 1998, p. 14

Da visão que concebe a existência de *RB* como um fator de mudança, no contexto onde é inserida, bem como do sentimento de 'gratidão' inspirado e construído em torno do produto cuja a comercialização, entre a população leitora-alvo, lhe oportuniza condições de se ver digna e positivamente representada, são criados e estreitados, os elos afetivos de ligação dos consumidores para com a revista. *RB* encontra nisso, bem como no próprio tema ao qual

se remete diretamente, ou perpassa, uma associação que motiva o consumidor a efetuar a sua aquisição.

O produto *RB* alcança a partir de um conjunto de associações a fidelização do consumidor que se expressará em seu número de vendas, logo, na dificuldade de outros materiais similares surgidos posteriormente, tal como a revista *Negro 100 por cento*, da editora *Escala*, em rivalizarem e conquistarem os consumidores por ela já cativados.

Promover características no produto as quais reforcem tais laços de afetividade é imprescindível. Assim, ante a crítica da revista para negros, *RB*, ter uma equipe composta de maioria branca, o que resultava em uma informação contraditória, provável de tornar confusa a imagem do produto e, até mesmo, afetar a própria credibilidade do material para muitos leitores, a formação do grupo se reestruturou, de forma a predominar, em sua composição, segundo termos de Aroldo Macedo, o "corte racial".

Há nisso o interesse em provocar um outro traço diferencial característico à *RB*, ou seja, uma revista para negros, feita de negros para negros, o qual pode fornecer razões para a sua compra.

RB, abril, 1998, p. 3.

O quadro "Quem é quem na *Raça*" cumpre a finalidade de reforçar as associações e dissipar a crítica: "__ Uma revista para negros com um quadro de repórteres com uma escrita de olhos não-negros."

É ilustrativo notar que a proprietária de *Símbolo*, de origem coreana, Joana Woo, frente às investidas da imprensa nacional e internacional, em busca de suas declarações a respeito do impacto social e de vendas de *RB*, optou sempre em evitar quaisquer pronunciamentos públicos no tocante a tais acontecimentos. Não trazer à memória, ou à percepção, o fato da revista ser um investimento comercial de não-negros se torna uma dimensão a ser continuamente sustentada, tão logo a partir daí se poderia precipitar o estabelecimento de conclusões cujo desdobramento seria tornar frágil, ou mesmo invalidar as associações já estabelecidas em torno da imagem *RB*. Ocorre que, uma vez acarretados os prejuízos decorrentes da desconfiança com relação ao sentido do material, tal fato seria consumado no declínio de vendas do produto *RB*.

No tocante a essa questão, assistimos um diálogo entre dois leitores que, esporadicamente, lêem *RB*, o qual julgamos pertinente, aqui, a sua reprodução:

"__ O dono da *Raça* não é negro, não? Não é aquele um..."__ inquiria o primeiro, o qual fora interceptado pela resposta do segundo."__ Aroldo Macedo? Tsc! Nada! Os negros são empregados da revista. São empregados só." __ disse, sublinhando a informação "empregados só".

Dessa lógica, a qual poderia produzir a desconfiança do consumidor em relação ao produto, um risco que a editora *Símbolo* se ocupou em afugentar, preservando a distância da imagem pública de Joana Woo de *RB*, decorria a argumentação seguinte:

> Resta saber se isso [reduzir os preços de RB para aumentar a saída do produto] será suficiente na ausência de uma política editorial mais conseqüente, *ou mesmo se será possível alterar essa última, tendo em vista o fato de seus proprietários fazerem parte de um grupo totalmente divorciado dos problemas de nossa comunidade*[13] (Medeiros, 1998, p. 60).

8 Os caminhos da definição do perfil político do produto *Raça Brasil:* divórcio com a comunidade, ou abertura?

A avaliação sobre a qualidade da revista, atrelada ao fato de seus proprietários não serem negros e, por tal razão, se afirmou, divorciados das questões de "nossa comunidade", é simplista. A aproximação da história de composição do perfil de *RB* nos foi fundamental para que chegássemos a tal conclusão.

Vemos, a partir daí que não se sustentam as relações daquela crítica, muitas vezes, dirigida à *RB* e, no encerramento do tópico anterior, apresentada, através da lógica de

[13] O grifo é nosso.

Medeiros (1998). Assim, o aspecto para o qual se remete, isto é, o direcionamento político do conteúdo abordado pela revista, ao contrário do que se supõe, sempre fora de inteiro controle da equipe que, invariavelmente, liderada por negros, tinha para si a responsabilidade de construir mensalmente a revista, segundo delineamentos genéricos já definidos para o seu perfil e expectativas de *Símbolo*.

Isso nos coloca ante a dois aspectos que necessitam estar esclarecidos. Em primeiro lugar, a definição do perfil de *RB*, recordemos, se estabelecera como um projeto de Aroldo Macedo e negociá-lo ante às expectativas da editora, não implicava em ceder a limitações concernentes ao aprofundamento dos assuntos tratados na revista, uma vez que tais expectativas se concentravam muito mais no retorno financeiro permitido pelo número de edições vendidas. À *Símbolo* não importava a "fórmula de composição" de *RB*, ou o direcionamento político de seu conteúdo, desde que, na produção, se partisse do princípio de combinar lucratividade e baixo emprego de custos, tal como ambicionam quaisquer empresas no tocante a seus serviços e/ou produtos. A editora não interviria se uma reestruturação profunda no perfil de *RB*, implicasse, por exemplo, em se adotar uma postura militante, desde que as mudanças se convertessem em índices elevados de consumidores para a revista. Os depoentes, tal como vimos, são unânimes quanto às exigências da editora em relação à equipe responsável por sua produção. As exigências de *Símbolo* se restringem especificamente à qualidade da (re) construção da fórmula, ou perfil do produto, em cada número, por extensão, à competência da equipe para tal, uma soma de elementos sem a qual não se pode manter, ou vicejar a ampliação da margem de vendas. [14]

Pode-se dizer que, na base das limitações apontadas quanto à densidade do conteúdo de *RB*, está um dos aspectos relativos a sua própria natureza, isto é, objetivar a orientação do consumo de serviços e produtos?

Se a editora não restringe a tomada de uma postura política de tendência mais claramente definida, o que obstaculiza a reestruturação de *RB* nesse sentido?

No tocante a essa segunda interrogação, as palavras de Oswaldo Faustino podem nos iniciar e esclarecer a respeito:

"O grande problema é que, nos anos 70, nós tínhamos com visibilidade pequenos núcleos de atuação. (...) Esses núcleos de atuação tinham idéias definidas claras, eram marxistas, tinham

---

[14] A partir do nº 42, de fevereiro de 2000, *RB* passa a sofrer intervenções diretas em sua composição, quando a revista se torna um produto da editora *Símbolo* e *Abril Cultural*. Não nos foi possível a reprodução dos *e-mails* que nos traziam ao conhecimento tal fato. Ainda sim, nosso interlocutor interrompeu a comunicação a respeito.

unesp

determinados propósitos, intransigentes. Então, temos todos os discursos, com menos força, porque hoje são muitos os discursos. Na verdade, a militância mudou muito porque também mudaram as expectativas, o leque aumentou. (...) Deu prá sentir porque a gente não tá com esse discurso político marcado?"

Essa forma de posicionamento que marca o processo de elaboração do perfil de *RB*, a levaria a uma posição estratégica privilegiada no mercado. Ao longo do tempo, depois de se favorecer das associações estabelecidas em torno dela, de maneira a ganhar, a partir daí, vantagem na concorrência com similares, o que se evidencia em sua maior penetrabilidade social, *RB* pode se ocupar em responder às críticas de leitores de universos completamente diversos, na busca de sobrepujar as suas próprias insuficiências. Isso vai se realizar, sobretudo, a partir de *RB* número 37, edição especial de seu aniversário de três anos, quando a revista faria a transição seguinte: da "revista sobre negros" à "revista para negros". Dessa forma, no 50º número de *RB*, outubro de 2000, com a equipe sob a coordenação de Amélia Nascimento, a revista que traz na capa um cantor de grande popularidade, incluiu uma entrevista com Kabenguelê Munanga, cujo nome e produção intelectual o torna uma referência conhecida, sobretudo, no universo acadêmico e de organizações militantes.

Visar a variedade de repertórios e multiplicidade de gostos de leitores, implica na busca da inclusão e exposição de uma maior gama de personalidades com as quais os leitores de universos distintos possam se identificar.

Comercialmente, isso é importante uma vez que tais personagens dão referência motivadora à compra do produto, no caso, a própria *RB*. Por outro lado, o envolvimento e maior interesse com relação às questões que envolvem mais diretamente a população de origem étnica negra, pode ser despertado a partir dessa relação de identificação com tais personagens.

Resistir à intransigência político-ideológica, traço característico de *RB*, se revela um consistente recurso à promoção do produto, bem como do tema genérico de referência ao qual se remete, ou perpassa . Essa abertura de *RB*: a) permite renovação da revista sem, no entanto, a fazer de forma tão abrupta ao ponto de comprometer a imagem criada e os elos que levam consumidor habitual à adquiri-lo; b) atende, com isso, a críticas dirigidas por consumidores, enquanto se ajusta a expectativas de um público leitor que amplia seu repertório a partir e no curso da história de *RB* e c) quando o material passa a explorar e sugerir uma gama maior de personagens de identificação e, portanto, de repertórios a partir dos quais são tratadas as questões a que se dedica *RB*, são multiplicadas, por conseguinte, as

unesp

possibilidades de outros consumidores eventuais construírem associações em torno da revista, se tornando leitores mais assíduos, ou mesmo fiéis.

RACISMO
ESTA LUTA É DE TODOS

"Pelé conseguiu ser respeitado, venceu vários obstáculos, tornou-se um ídolo. Mas sua ascensão tem limites. Hoje, por mais que quisesse, não seria eleito presidente da República"

RAÇA – Até na escola ela sofre desvantagem?
KABENGELE – Sem dúvida. Todos os preconceitos e discriminações que permeiam a sociedade brasileira são encontrados na escola, cujo papel deve ser o de preparar futuros cidadãos para a diversidade, lutando contra todo o tipo de preconceito. Mas, na prática, ela acaba é reforçando o racismo.

RAÇA - E como o senhor explica esse processo?
KABENGELE - Na maioria das vezes, os professores não estão preparados para lidar com as diferenças e muitos deles já se mostram predispostos a não esperar o melhor resultado do estudante negro e pobre. E tem também a questão do programa curricular e do próprio livro didático, que, além de privilegiarem a cultura européia, transmitem preconceitos de várias naturezas: de classe, de cor, de raça, de religião... Tudo isso fortalece os mecanismos de exclusão e impede que a escola cumpra seu verdadeiro papel, que é o de educar, socializar e formar verdadeiros cidadãos.

RAÇA - O racismo da escola é pior do que o das ruas?
KABENGELE - É igual. Mas torna-se mais grave na escola porque se trata de um espaço público e o aluno está ali para aprender. Por isso, o preconceito tem um impacto mais direto sobre a criança. Esse racismo à moda brasileira – menos explícito que nos Estados Unidos – prejudica o processo de formação de consciência e mobilização da própria vítima.

RAÇA - Até o ensino da História é discriminador, não é verdade?
KABENGELE - Para se ter uma idéia da gravidade dessa questão, o departamento de História da Universidade de São Paulo, a maior do país, até pouco tempo não tinha professor para ensinar História da África. Foi preciso que o movimento negro e outras entidades pressionassem para que isso acontecesse.

RAÇA - As crianças negras não conhecem sua própria história...
KABENGELE - Exatamente. E isso aprofunda sua alienação. Ela abre os livros, lê a história de outros povos e não vê a sua. Ou seja, fica sem passado. Os outros povos estão lá: os portugueses, italianos, japoneses... A dedução natural dessa criança, ainda que inconsciente, é: não sou parte da história, portanto não pertenço à humanidade.

RAÇA - E em relação à escravidão?
KABENGELE - Alguns livros didáticos falam do papel do negro no Brasil como escravo, mas não mostram sua participação concreta na sociedade brasileira, seu espaço na economia. O negro não trabalhou só nas plantações. Trabalhou nas artes, na mineração. Aliás, foram os negros que ensinaram aos portugueses as técnicas de mineração. Essas coisas não são ditas. O silêncio também é uma forma de racismo.

RAÇA - Isso dificulta a construção de uma identidade nacional?
KABENGELE - Claro. A diversidade é uma riqueza e não deveria criar problemas. Não podemos construir a identidade brasileira a partir de uma única cultura, considerada superior, que é a ocidental. A criança precisa aprender na escola como os portugueses, os japoneses, os negros contribuíram para o desenvolvimento do país. E que nenhuma dessas contribuições é melhor do que a outra.

RAÇA - A imagem negativa acaba interferindo no aprendizado?
KABENGELE - Muitas vezes a criança já chega na escola como derrotada. Ela já tinha a auto-estima baixa. Aí os preconceitos e discriminações que aconteciam na vizinhança e na comunidade se reforçam e se repetem na sala de aula. Isso mina o processo de aprendizagem.

RAÇA - Vem então a repetência, a evasão, a sensação de fracasso...
KABENGELE - Costuma vir também a constatação racista de que o negro é menos inteligente. Um completo absurdo. O que acontece é que a criança simplesmente não encontra no espaço da escola condições adequadas para se desenvolver intelectualmente. Além disso, existe o despreparo dos professores, o conteúdo dos livros didáticos, a discriminação, a cultura elitista. Tudo isso contribui para que essa criança se sinta insegura, desestimulada e acabe se mostrando incapaz.

RB, nº 50, outubro, 2000

* Nas páginas internas de *RB*, número 50, as falas de Kabenguelê Munanga.

Na capa de *RB* nº 50, de outubro de 2000, Alexandre Pires, o qual "(...) vende três vezes mais discos que o romântico das multidões, Roberto Carlos, e quinze vezes mais que o baiano Caetano Veloso" (Cardoso, 1998)

Podemos concluir a partir das considerações anteriormente mencionadas que um modo particular de posicionamento frente às contingências dadas pelo quadro sociocultural e político-econômico é o fator decisivo à composição da revista, logo, do modo pelo qual o seu tema genérico de referência nela se traduz. Ainda sim, as limitações apontadas quanto à densidade do conteúdo de *RB* não devem atribuídas ao fato desse produto voltar-se à orientação de consumo de outros produtos e serviços, mas à inabilidade em objetivar, com mais constância e intensidade, os eixos plurais que permitam a exploração de uma ampla gama de questões contundentes no universo da população afrodescendente, sob múltiplas óticas. Todavia, essa proposta é factível, tal como nos demonstra a presença contrastante das personagens de referência, em *RB*, número 50, aqui já citadas.

A diversidade de dimensões abordadas e de pontos de vista acerca delas desenvolvidos são interessantes, seja quando se considera a maximização de atrativos que a revista, por isso, pode sugerir, aumentando a comercialização do produto, ou mesmo, os acessos e qualidade de contribuições oportunizadas aos leitores, os quais, de distintos repertórios, encontram diferentes motivações para adquiri-la. Há no depoimento de Faustino uma passagem que elucida essa discussão:

> "Minhas filhas lêem *Raça*. (...) Saiu o Rodriguinho lá do grupo Travessos...ela [uma de suas filhas:] '__ Ah! Eu quero ver!'__ aí ela aproveita prá ver outras coisas. A *Raça* tem esse ecletismo. (...) Não importa que a minha filha pegou a revista porque tem o Rodriguinho, importante que, ao folhear, ela pare para ler o que o Ney Lopes está falando. Acho que esse é o grande gancho!"

Toda a visível preocupação com o percentual de vendas do produto *RB*, porém, não favorece a aceitação da vulgarizada hipótese com a qual se defende que a história dessa revista se cristaliza em uma mera aliança, ou para usarmos dos termos de Morin (1977), em "complô", entre anunciantes e editora.

De tal aliança se supõe que a equipe de produção de *RB* sofreria pressões, sendo controlada desde os critérios para a seleção do conteúdo tratado na revista a sua própria densidade, dado o fato das empresas, as quais nela divulgam seus produtos, não estarem dispostas a *arriscarem* suas marcas na defesa de motes ideológicos. Assim, seria mais conveniente focarem, comunicarem-se, tornando cativa uma determinada fração do público-alvo da revista, a qual se definisse *menos formada politicamente*, portanto, mais receptiva à aquisição de produtos e serviços especificamente dirigidos para negros, divulgados em *RB*, o que faria a editora e anunciantes se beneficiariam mutuamente.

unesp

De fato, o êxito dos empreendimentos das empresas no chamado *setor de étnicos*, o qual confere vulto a um processo dinamizado por *RB*, passou a depender, em grande parte, a longevidade da revista no mercado. Interlocutores que, em algum momento, participaram da produção da revista, todavia, não confirmam a hipótese com a qual se identifica tal relação entre empresas e editora, no fito, respectivamente, de se vender mais revistas *RB*, bem como, através delas, produtos e serviços para a população de origem étnica negra.

Se aqueles, próximos à produção de *RB*, não atestam que a equipe da revista tenha enfrentando, ou sofra, quaisquer coerções, as quais lhe privem do controle sob os critérios de seleção e tratamento de assuntos abordados em cada edição, nos ficou a tarefa de compreender o porquê aquela hipótese se mostra uma conclusão plausível, através da leitura de *RB*. Diante disso, nos dirigimos obrigatoriamente às questões envolvidas no processo de composição do perfil da revista e, a partir delas, a hipótese da existência do referido complô, travado entre editora e anunciantes, não pode se confirmar. Segundo a especificidade de elementos envolvidos na composição revista, as pressões externas sequer se fizeram necessárias.

9 Dos riscos implicados na produção à definição do perfil de *Raça Brasil*

RB é um produto cuja publicação demandava conhecimentos acerca dos quais a editora e a equipe envolvida em seu processo de criação sabiam que não poderiam obtê-los, recorrendo às empresas nacionais. Ocorre que as empresas nacionais, genericamente, não têm registro de duradouro entrosamento com o consumidor afrodescendente, de forma a não acumularem experiências e informações, as quais contribuíssem, favorecendo a exploração econômica desse segmento da população. Desse modo, comentava Aroldo Macedo: "Fazer a *Raça* foi um processo de aprendizado prá editora também. Ela não sabia direito como é que era essa coisa de fazer uma revista prá negro (...)".

Conceber *RB* para o segmento afrodescendente, no contexto dos anos 90, levá-la mensalmente aos consumidores e fazê-la circular em esfera nacional, torna a sua produção um exercício pioneiro, ou aprendizado que, antes da surpreendente e inesperada comercialização do primeiro número, se mostrava um investimento financeiro incerto. Ocorre que os riscos envolvidos na produção da revista estavam relacionados, inclusive, à desconfiança da conveniência do material a ser comercializado, uma vez formulado para uma população educada sob a égide do mito da democracia racial. Assim, a dúvida quanto a receptividade da revista ficava patente: "E o negro brasileiro gosta de ser negro? *RB* terá leitores?"

Foi preciso objetivar uma fórmula de composição que tornasse o produto comercializável, reduzindo os riscos implicados pela modalidade do empreendimento, ou seja, uma revista voltada para o afrodescendente. Assim, "(...) *Raça Brasil* optou por uma linha de prestação de serviços, reportagens sobre negros bem-sucedidos e orientação de consumo, capaz de cativar mais leitores e anunciantes" (Kachani, 1996, p. 112). Na composição dos números mensais de *RB*, como isso vai se traduzir?

Em maior número, são as presenças constantes de afrodescendentes que, embora já tenham alcançado projeção social e reconhecimento do público, a partir da revista, vão dispor da oportunidade de ampliar tal projeção e reconhecimento, entre uma comunidade da qual afirmam se sentir pertencentes e, para muitos dentro dela, são suas personagens de identificação. *RB* os favorece no sentido de lhes abrir um espaço não cedido a afrodescendentes em outras publicações, enquanto, por outro lado, pode fazer da exploração da imagem popularizada desses que são tomados como personagens de identificação para o segmento negro uma motivação a sua compra. A partir daí, seja na capa, ou nas páginas interiores de cada um de seus números, estarão em evidência negros cuja popularidade já havia se efetivado, sobretudo, através de imagens veiculadas por programas de tevê, cinema e rádios, o que se constituiria, tal como já dissemos, em chamariz para consumidores potenciais.

Mensalmente, *RB* nos oferece uma quantidade de imagens de negros, retratada em planos privilegiados e de forma positiva, que não podemos encontrar seja no conjunto de recursos de comunicação nacionais impressos, ou em quaisquer outros.

A coletânea de *RB* expõe seus leitores a uma soma de imagens e referências atípicas em torno da figura do negro, se considerada a forma com a qual os negros genericamente sempre figuraram nos meios de comunicação. Negros bem-sucedidos, em distintas áreas da vida social, estão continuamente presentes em *RB*.

AMAPARYN LAKATOS

POR DENISE DOMINGOS (RJ), NÚBIA CRISTINA (BA), SIONEI RICARDO LEÃO (MS), TINA BRAGA (SC),

Convidado ilustre, cachê caro

O cineasta **Flávio Leandro** — um dos poucos afro-descendentes no glamouroso e disputado circuito do cinema nacional — está eufórico com a produção do seu longa-metragem *À Procura de Palmares*, previsto para ser rodado em março. Para o elenco já estão certas as presenças de Norton Nascimento, Isabel Fillardis, Walmor Chagas e Valéria Valenssa. "Fiz contato com o Samuel L. Jackson, que gostou do roteiro e da idéia de fazer um filme brasileiro. No entanto, o empecilho fica por conta do cachê que ele cobra, 13 milhões de reais, até porque no Brasil os orçamentos dos filmes não ultrapassam 3 milhões de reais", explica o produtor. Flávio, que já tem no currículo 46 longas, 17 dos quais italianos, destaca, entre os filmes brasileiros que tomou parte, *Dama do Lotação* e *Navalha na Carne*.

RB nº 30, p. 18

RB atua precisamente nesse ponto. Os casos exemplares devem inspirar no leitor a busca individual para identificação e desenvolvimento das habilidades pessoais que podem se transformar em vantagens competitivas.

Não tem para ninguém

Sérgio Negrão, gerente de negócios do banco BMC, acredita que está em um momento singular. "Tudo o que eu toco dá certo." E, jura ele, não se considera um Midas. "Isso é o resultado da maturidade que atingi, que me faz tomar decisões mais seguras e estar feliz comigo." Aos 37 anos, Negrão, formado em engenharia mecânica, afirma que nunca enfrentou qualquer problema de racismo em 15 anos de carreira na área financeira. "Desde criança não me permiti sentir vergonha por ser negro. Sempre procurei ser autoconfiante e ampliar meu universo, buscar novas informações."

Voz operística

A soprano **Ana Paula Senna** recusou inúmeros convites para cantar axé, pagode e música de Carnaval. Baiana mestiça, dona de uma voz impressionante e de um suingue de dar inveja a qualquer dançarina de bloco afro, ela teve de dizer não a várias propostas, para continuar investindo na carreira de cantora lírica. Em 1996, deu o primeiro passo para ingressar numa companhia de ópera da Europa. Foi morar em Munique, na Alemanha, para estudar canto com a mezzo-soprano Anne Pelleko-orne. Anne, que é solista da Ópera Estadual da Baviera, apostou no talento da cantora baiana e a apresentou à professora grega Anna Kóvács, discípula de Maria Callas. Ana Paula estudou com total dedicação durante 11 meses e, na Europa, ao contrário do que aconteceria no Brasil, foi estimulada a investir mais na carreira. "Na Alemanha, os cantores negros são valorizados e têm um bom espaço de crescimento profissional. Enquanto, no Brasil, prevalece a idéia de que negro deve fazer samba e axé music", comenta.

RB nº 19, março, 1998, p. 12

Não podemos falar que todos os segmentos da população de negros brasileiros, economicamente ativos, ocupem em proporções iguais as páginas de *RB*.

"__ A revista não mostra a maioria das pessoas negras que é de pobre. [Quer me dizer que a maioria negra não se vê na RB?] Agora ... Gravata de 30 reais. Camisa de cento e tantos reais. Camiseta de 50. Um cinto por 40? Isso não é a realidade dele e vira cabeça do cara! Porque você quer estar legal... Não tem faxineira e olha que a maioria delas é de preta. Não têm essas minas balconistas que ficam aí o dia todo de pé e que tem cabeça de ir prá escola de noite! Não têm o pessoal que trabalha em fábrica, que dá um duro aí... [De Raça?] É. De Raça. [A maioria dos negros cabe na categoria desempregada e subempregada.] Tsc! Eu tô desempregado." (L., integrante da FBC)

Ainda que o leitor acima descrito possa encontrar interesse em assuntos tratados em *RB*, muitos deles não se desenvolvem a partir de referências por ele experienciadas em seu cotidiano, precisamente, dadas a partir do fator socioeconômico. Ocorre que, no geral, as personagens das narrativas são os psicólogos, os engenheiros, os educadores, os estudantes cujos pais podem despender recursos para estudarem no exterior, os escultores, os proprietários de casas comerciais, as secretárias executivas, os médicos etc..

Não podemos afirmar, a partir daí, a insensibilidade quanto às questões que, de forma mais contundente, atingem a população de baixa renda, consequentemente, o grande percentual de afrodescendentes o qual a constitui e é leitora de *RB*.

RB dedicou matérias especiais, por exemplo, à favela da Mangueira (RJ), bem como à Cidade de Tiradentes, conjunto habitacional da grande São Paulo (SP), conhecida por seu grande índice de criminalidade. Logo que grande parte dos negros estão localizados nas esferas mais depauperadas, oportunamente *RB* trabalhou no sentido de desmistificar e

desconstruir a relação mecânica: pobreza→ violência→ negros.[15] Contudo, o enfoque dessas questões obedece a uma especificidade de *RB*, enunciada no primeiro número de sua publicação, por Aroldo Macedo: "Todos os meses *RAÇA BRASIL* vai falar de nossos problemas e apresentar soluções. (...) Estaremos atentos para negar o preconceito, mas acima de tudo, queremos afirmar nossas qualidades" (1996, p.4).

O que isso representa?

Ao se voltar aos problemas a que está exposta quotidianamente a população afrodescendente, *RB* tece considerações no tocante aos efeitos da ideologia da democracia racial no Brasil, do preconceito e discriminação racial, no entanto, não foca as causas que levam a (re) construção de tais elementos no contexto. Assim, se trata de, em primeiro lugar, abordar os problemas, ou as contingências as quais, em particular, estão submetidas a população afrodescendente e, na seqüência, as discussões sobre o tópico colocado em pauta.[16]

Essas discussões, no entanto, pretendem servir de matéria que contribua com o leitor, o favorecendo no sentido de lhe exibir soluções, ou seja, formas viáveis de atuação e enfrentamento dos problemas presentes no cotidiano, os quais embora não atinjam unicamente o universo da população de origem étnica negra, adquirem nele maior proporção. No perfil de *RB*, a forma de construção e tratamento do conteúdo é menos uma chamada à reflexão, do que propostas à dissolução e enfrentamento de dificuldades com as quais se deparam diariamente aqueles de origem étnica negra.

Contra o preconceito

O advogado **Gilberto Ramos**, 35 anos, foi garoto pobre do interior da Bahia. Filho de pais separados, sua mãe trabalhava como empregada doméstica para garantir o sustento dos 11 filhos. Aos 12 anos, ele foi morar em uma favela de Salvador com toda a família. "Me sentia um joão-ninguém na cidade grande, mas sempre trabalhei. Fui office-boy e sapateiro", conta.

Formado em Direito e Matemática, Ramos é também oficial da Polícia Militar. Nunca desistiu diante de um desafio: "Sofri muito preconceito na vida profissional", diz. Hoje, ele mora num bairro de classe média alta, na Grande Salvador, e é um dos advogados mais requisitados. "Milito contra o preconceito racial e a favor da educação da população negra." Ramos e mais 27 profissionais liberais, por meio do Instituto Nelson Mandela — fundado por ele —, procuram conscientizar as crianças de rua sobre os perigos das drogas.

FREDERIC MERTENS

Em razão disso, a revista *RB* oferece ao leitor o relato de afrodescendentes cuja trajetória de vida lhes permitiu sobrepujarem o preconceito e a discriminação; os desafios que denotam o valor de suas conquistas no mundo trabalho; as dificuldades enfrentadas por aqueles que já não mais defendem a hipotese das condições de vida da população etnica de origem negra no Brasil ser decorrente apenas do preconceito social etc.

[15] Incluímos anexos na letra G para favorecer a compreensão da questão abordada.

[16] Note a construção da matéria "Como preparar os seus filhos para enfrentar o preconceito", de *RB* de maio de 1997, em Anexos, letra H.

unesp

Afirmar, assim, que nem todos os segmentos da população de negros brasileiros economicamente ativa ocupam, em proporções iguais, as páginas de *RB*, não deve levar ao suposto da inexistência de pessoas de baixa renda no material. Têm maior destaque, no entanto, aqueles afrodescendentes em torno dos quais há expectativas de alcançarem atributos que lhes confiram posição considerada de *status* social, ou cujas realizações pessoais possam servir de parâmetros ao leitor, de maneira a sensibilizá-lo quanto ao diagnóstico e desenvolvimento de seu próprio potencial, bem como quanto à crença na viabilidade de, mesmo sob o jugo dos obstáculos dados pelo preconceito e discriminação raciais, objetivar a concretização de suas aspirações. A partir daí, a crítica de que as capas da publicação *RB* deveriam trazer pessoas comuns, pode ser atendida.

No tópico "Comportamento" (Eles subiram na vida, sem perderem as raízes), de *RB* número 41, "Carlos Alberto e Regina: sucesso e valores culturais".

Todavia, o que torna possível o cumprimento dessa solicitação, no curso da história de *RB*, impede, por outro lado, a ampliação de temáticas que retratem prioritariamente as experiências comumente observadas no dia a dia da maior parte da população de origem étnica negra, marcadas pelas contingências decorrentes da pobreza material.

Na composição do perfil da revista, não se coloca como objetivo o entrecruzamento da situação analisada a suas causas geradoras, isto é, às correlações com o campo da cultura, economia e política. Tal aspecto é secundarizado, ou abortado, em detrimento do apontamento de soluções, enquanto essas mesmas soluções, caminhos possíveis ao problema levantado, se consumam em propostas de reações dirigidas contra os efeitos e não com relação às suas causas geradoras.

Concentrando-se, portanto, menos no objetivo de contribuir com desconstrução da ideologia, tal aspecto, em *RB*, vai de encontro ao papel incorporado por aqueles cujas motivações pessoais os levam a se posicionarem como organismos pedagógicos e que, voltados a essa meta, tomam-na como fundamental à formação da consciência e mobilização política dos sujeitos sociais, sobretudo, do afrodescendente, contra uma hierarquia de poder com a qual se preserva a estrutura do poder de uma classe, raça e gênero.[17] Desse modo, em toda a coletânea de *RB*, a ênfase não é refletir acerca das razões pelas quais a sociedade (re) constrói baixas expectativas e percepção negativa com relação ao afrodescendente. Podemos dizer que *RB* salta essa etapa, quando se concentra em revelar uma imagem que favoreça à construção da percepção positiva quanto ao potencial de êxito e conquistas já alcançadas pelo negro brasileiro na sociedade presente.

Tratar o conteúdo de tal forma, atende à meta de elevar a auto-estima do afrodescendente e, por extensão, à ampliação de suas expectativas pessoais de auto-realização. Por outro lado, fins estritamente empresariais são atingidos, na medida em que são desvanecidos os estereótipos em torno do negro, os quais, vigindo, obliteram atrativos que podem levar as empresas nacionais a investirem no segmento afrodescendente da população.

---

[17]Ou seja, nessa hierarquia é privilegiado o homem, branco, de classe econômica abastada, cujos valores (competitividade, individualismo etc.) pretende torná-los culturalmente hegemônicos, como recurso à auto-realização de um sistema do qual beneficia-se: "A situação do negro no Brasil é econômica, sendo esse econômico subordinado ao racismo, machismo e classismo. (...) Cabe explicitar como as três estruturas se combinam, determinando nossa situação de afro-descendentes. A procura das definições dos racismos brasileiros pode ser um ponto de partida". (Cunha, 1995, p. 13)

unesp

O leitor que espera de *RB* uma inversão de prioridades, a partir daí, sustenta que a revista "não trata de forma séria as questões nela desenvolvidas", ou enuncia evasivamente que "na revista falta algo", mediante a dificuldade de apurar a forma pela qual temáticas de seu tema genérico de referência são nela trabalhadas.

10 O negro brasileiro em *Raça Brasil*

Ante a apresentação de imagens de afrodescendentes em *RB*, é pertinente a discussão em torno do *slogan* " a revista dos negros brasileiros", o qual é sustentado até a sua 36ª edição.

Para alguns, a inadequação dessa referência, "a revista dos negros brasileiros", está explicita na publicação. Em primeiro lugar, contestam muitos leitores de *RB*, porque há uma massiva presença de mulheres no material, bem como um direcionamento de conteúdo a esse público, o que impede a classificação da revista como uma publicação "para os negros", ou para "toda a família". Ademais, o negro retratado na revista seria sempre aquele cuja mestiçagem operou grande clareamento da epiderme, afilou lábios e nariz, alterou a textura dos fios capilares. Para usar das expressões de Sodré (1999, p. 256), os negros de *RB* teriam os "cabelos normalizados", "rostos moldados por um padrão idealizado (egípcio, grego)".

Qual o conceito da expressão negro em *RB*? Quem é o negro de *RB*?

Negros, em *RB*, são todos aqueles de procedência étnica negra, ou do "ébano", chocolate" ao "mel", tal como seria destacado em sua edição número 1.

Os tons de pele, em suas escalas cromáticas, e os traços físicos, parâmetros indicadores de maior proximidade ou distância com a origem negra, embora não desconsiderados, são relativizados, quando se trata de construir a referência "este é um negro".

RB nº 43, de março, 2000, foto de André Moura, p. 86.

Jovens negros em *RB*. Na indefinição, causada pela dificuldade em se classificar quem é negro no Brasil, uma vez que o preconceito aqui ocorre mais freqüentemente, e não só, em razão da cor dos sujeitos, a revista dissolve esse problema, inclusive, para ampliar o público com o qual se comunica e pretende vender-se. Categoriza *negros* aqueles que têm essa origem étnica.

O porquê o termo afrodescendente não foi adotado, uma vez que a definição negro está relacionada à origem? A resposta obtida, isto é, o termo negro estaria mais presente no cotidiano do brasileiro, foi importante, no entanto, uma vez não mensurado acerca do sentido da conveniência de sua adoção relacionado às associações que levariam ao consumo do produto, é importante nos volvermos a tal aspecto.

Termos tais como mulato, moreno, dentre outros, usual e genericamente, são empregados pelo sujeitos que se autoconceituam, ou são conceituados, sublinhando o grau de distanciamento de sua filiação étnica negra, no caso, percebida como razão de constrangimento, ou uma marca de inferioridade. Sob tais circunstâncias, verificadas no contexto, o uso da expressão negros vai de encontro ao desvalor e o baixo orgulho quanto às origens, uma vez que, contrariamente, torna contundente, sobreleva os vínculos com a procedência étnica. Nos importa concluir a partir daí que a expressão negros, além de mais comumente presente no cotidiano dos brasileiros, adquire um significado social cuja extensão ultrapassa o fato de ser termo pertinente com o qual se designe a origem étnica, assim, o seu emprego pode levar à criação de associações mais fortes com *RB*.

Diferentemente, o termo afrodescendente é incomum e seu conceito, uma vez que sequer está esclarecido à população, não favorece as associações em torno do produto, podendo, inclusive, se constituir em um empecilho à criação de uma imagem coerente pelo consumidor. Decorrente desse não domínio do sentido da expressão, por exemplo, resultam as distorções possíveis e previsíveis de relações estabelecidas entre afrodescendente e afro-americano: "__ A revista quer imitar as produções norte-americanas.", ou "__ A revista inspira no brasileiro a manifestação do comportamento racista existente entre os brancos e negros americanos." O mimetismo com relação aos EUA aí apontado pode ser prejudicial à criação de associações e imagem positiva acerca do produto que quer evidenciar a singularidade com a qual se propõe como a novidade motivadora de seu consumo, baseada na especificidade das questões presentes no contexto nacional. Em outros termos, uma revista voltada a favorecer o orgulho e a elevação da auto-estima da população brasileira de origem negra, quando esta é concebida socialmente como a contraconcepção do branco, a respeito do qual se concentram todas as expectativas de realização nas mais diversas áreas da vida social.

É preciso lembrar que o uso da palavra negros não poupou a revista *RB* e a própria natureza da produto, isto é, para/sobre negros, de associações negativas.

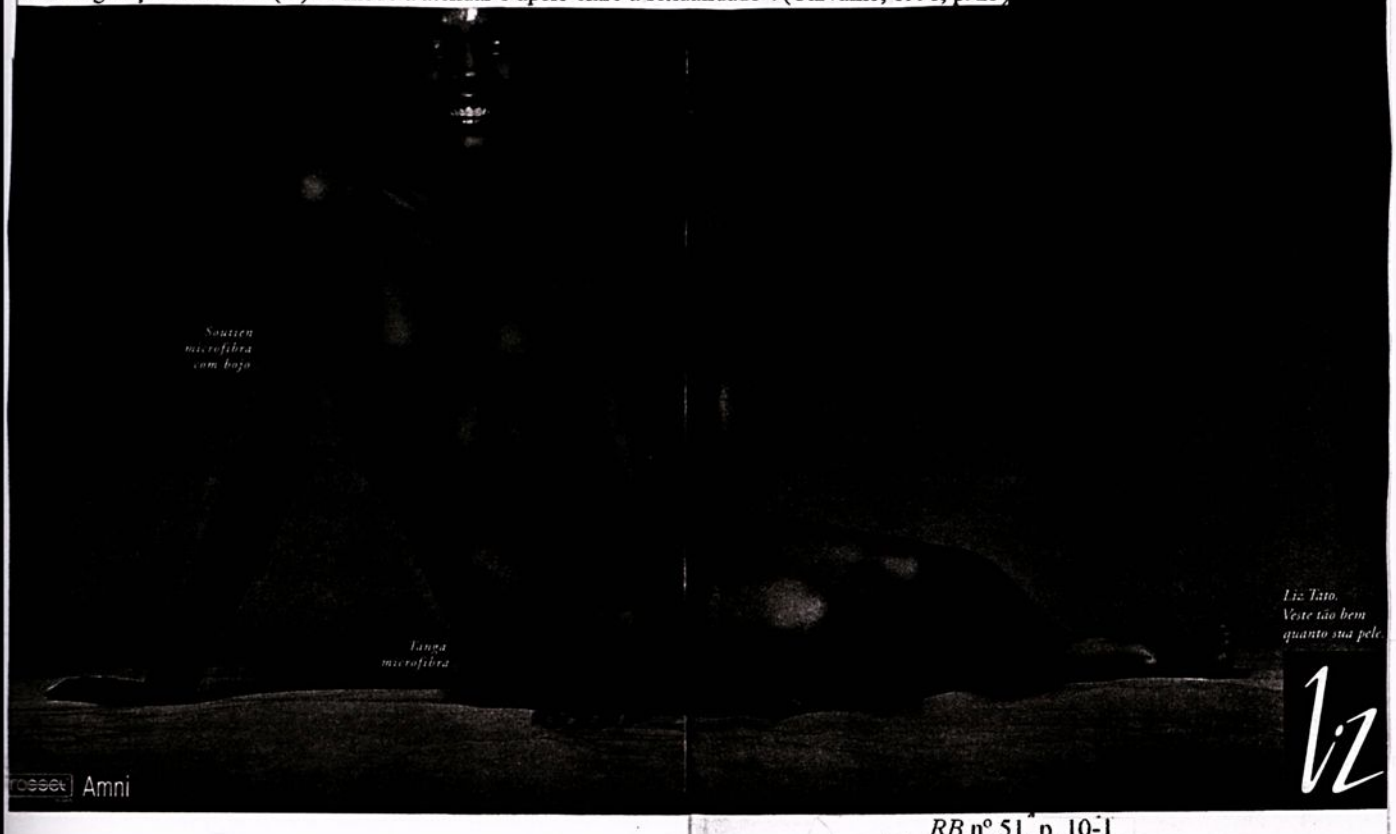
unesp

Mercadologicamente, ainda sim, por razões já dispostas, a expressão negro se mostrou mais oportuna em *RB*, consoante ao seu propósito de "(...) dar a você, leitor, o orgulho de ser negro" (Macedo, 1996, p. 4).

O negro com o qual *RB* se comunica, no geral, de fato, é o publico leitor feminino. A mulher em todas as faces de sua vida está super-representada, nas seções da revista, notadamente na publicidade.

Essa super-representação decorre da adoção de um proceder baseado na lógica de que a mulher é uma grande consumidora em potencial. A mulher é aquela que adentrou o mercado de trabalho, pôde alcançar a independência financeira, todavia, acumula a responsabilidade de, independente de arcar com o ônus das despesas, prover, sanando as necessidades materiais da sua família e lar. Assim, a mulher consome gêneros para si, por seus filhos (dos brinquedos às guloseimas), por seus companheiros (principalmente roupas), bem como atenta-se em satisfazer as necessidades materiais exigidas para a manutenção do conforto da vida doméstica (dos eletrodomésticos às bebidas). Reificada a sua domesticidade, através da imagem de "compradora oficial", a mulher não faz a aquisição unicamente de produtos e serviços considerados estritamente femininos, tais como os de moda, cosmética e perfumaria (Carvalho, 1996, p. 23-7). Cabe a ela a tarefa de sair as ruas, escolher e comprar, daí a publicidade conferir centralidade à figura feminina.

A valorização da beleza negra insurge relacionada à cor da epiderme: "Liz Tato. Veste você tão bem quanto a sua pele". De forma parcial o anuncio rompe com simbolismos convencionais na propaganda, no caso, a beleza humana atrelada à epiderme de cor branca. A mulher moderna quer ser respeitada, sobretudo, profissionalmente, de forma que não sucumbe aos apelos da publicidade, e, muitas vezes, a ela (até) desagrade, a promessa do perfume, ou da roupa, cujo o único fim de seu uso seja lhe permitir "conquistar o homem desejado". Desse modo, o erotismo, se expressa em "doses bem-estudadas de imaginação e fantasia (...) de modo a atenuar o apelo claro a sexualidade". (Carvalho, 1996, p. 25)



RB nº 51, p. 10-1

Sensibilizar e cativar a afrodescendente consumidora, seja ela a mãe e/ou a dona de casa, e/ou a esposa, e/ou a profissional, motivá-la à compra de *RB*, através da exploração de seu universo, significa atingir uma via potencialmente mais segura de recepção/venda da revista e, a partir daí, alcançar a fidelidade de outros segmentos sociais (outras mulheres, homens, adolescentes e crianças etc.) de leitores para a revista, no efeito multiplicador.

É a mulher que, genericamente, assume a atividade de acompanhar a educação de seus filhos. Encontramos, no discurso de leitoras negras e mães de *RB*, por exemplo, o entusiasmo em adquirir a revista, decorrente da preocupação com a formação dos filhos. Ora o seu filho adolescente precisa mirar-se em casos exemplares de luta contra a discriminação racial e preconceito de cor, ora sua criança necessita de referenciais de beleza negra e de saber que ser negro não exclui a possibilidade de ter beleza, por exemplo. Finalmente, a revista alcança a sua meta de servir, sobretudo, à família negra: a leitura de matérias serviu à reorientação da atuação de seus pais que não falavam a respeito "desses assuntos, mas agora, passaram a debater a respeito; serviu para que casais discernissem uma postura quanto a educação de seus filhos etc..

Dia Internacional da Mulher

No dia 8 de março de 1857, 129 tecelãs foram assassinadas dentro de uma fábrica em Nova York. Morreram carbonizadas, trancadas por seus patrões, que incendiaram o prédio, mantendo as portas fechadas, com a ajuda da polícia. Eram operárias que ousaram protagonizar a primeira greve norte-americana conduzida por mulheres. A data em que a tragédia ocorreu transformou-se no **DIA INTERNACIONAL DAS MULHERES.**

Neste 8 de março de 2000, nós, da **RAÇA BRASIL**, homenageamos VOCÊ, mulher guerreira, que diariamente derruba preconceitos e destrói tabus, fazendo valer a pena o sacrifício de todas as filhas de Eva, ao longo da história da humanidade.

Amelia Nascimento,
editora-chefe de RAÇA BRASIL e equipe

A grande constância da figura feminina, por si só, não restringe a comunicação com esse público, sequer lhe retira o caráter de se constituir uma publicação masculino-feminina.

Todavia, em razão dessa crítica, logo, da perda de compradores do sexo masculino, foram produzidos especiais de moda, os quais visaram somente o homem/consumidor negro, ou mesmo as crianças.

"Ser vaidoso faz bem para o ego." Quem garante é o cantor Wilsinho, do grupo Malícia, que não se esquece de conferir o visual no primeiro espelho que tem por perto. Este é o seu ritual de beleza:

✔ Salão de beleza uma vez por semana
✔ Tratamento capilar a cada três meses
✔ Base incolor nas unhas sempre
✔ Hidratante no corpo e no rosto diariamente

Wilsinho gosta de se vestir bem e vive mudando de penteado: já usou tranças, fez permanente afro e agora está com o cabelo curto. Com isso, precisa redobrar os cuidados com xampus, condicionadores e cremes. "A vaidade masculina também está em evidência por causa da influência dos grupos de pagode e porque as pessoas estão vendo o negro de outra maneira", diz. "Quando vi o resultado, fiquei viciado."

RB nº. 34, junho, 1999, p. 82.

O acompanhamento do conjunto da publicação de *RB*, das edições de número 1 ao 52, como vemos, evita os reducionismos de afirmações construídas e largamente vulgarizadas, com base em contatos esporádicos com essa publicação. Em virtude disso, uma percepção mais apurada com relação ao objeto de investigação, demandou que esse acompanhamento se realizasse levando em consideração o conjunto de características genéricas do contexto, tão logo formas simbólicas "não subsistem num vácuo, elas [se explicam e] são produzidas, transmitidas e recebidas em condições sociais e históricas específicas", recorda-nos Thompson (1995, p. 336). Ademais, se essas referências do contexto histórico nos dão condições de compreender a especificidade do perfil de *RB*, oportunizam da mesma forma o entendimento quanto às motivações que levam a sua receptividade entre os homens desse mesmo tempo.

Capítulo I I

"Você imagina levantar o véu de 90 milhões?"•

• Interrogação de Aroldo Macedo, em entrevista que nos foi concedida na data de 04 de agosto de 1999.

Introdução

Neste capítulo, levantamos um quadro de informações genéricas no que tange aos aspectos socioculturais e político-econômicos, os quais atuam como fatores determinantes tanto para construção do perfil de *RB*, quanto à receptividade dessa publicação.

Nos interessou precisar qual a situação particular do leitor–alvo de *RB*, ante às contingências atuais, bem como o redelineamento do contexto, a partir da circulação da revista.

1 Os anos 90: referências genéricas sobre o contexto de produção, circulação e recepção do conteúdo de *RB*

Em 1996 é publicado o primeiro número de *RB*. O propósito de seu lançamento antecede a quaisquer estudos pormenorizados, seja no que tange à população leitora-alvo, ou mesmo quanto ao número de pessoas que a constituiria. *RB* nasce na "contramão", nos dissera Aroldo Macedo. A partir daí, seguem algumas questões.

O que já está forjado no contexto para que a particularidade de tal publicação contrarie expectativas fundadas em estereótipos sobre a população afrodescendente e encontre público consumidor?

A esse respeito, em nossos primeiros contatos com a revista, levantáramos a hipótese de que teríamos formada uma geração de consumidores cujo perfil encontrava compatibilidade com a natureza da abordagem de *RB*. Segundo as contingências dadas, no atual contexto, qual o perfil desta geração?

Especulações no tocante a tais interrogações não somente nos oportunizarão referências genéricas acerca do panorama sócio-econômico e político-cultural no qual *RB* circula, mas nos darão embasamento para reconhecermos e compreendermos a especificidade da produção de uma face do movimento negro nos anos 90, face que ela produz e passa a integrar. Nesse sentido, nos é importante discernirmos acerca de traços característicos do modo pelo qual a juventude afrodescendente desta década aborda um tema específico que a envolve, ou seja, as relações entre claros e escuros no Brasil.

2 A centralidade conferida à "geração global" *versus* a constância da produção social advinda dos centros periféricos

Em 1995, a revista *Veja* publica os resultados de dados fornecidos pelas agências americanas de publicidade *D'Arcy*, *Masius*, *Benton & Bowles*, *DMB & B Publicidade* e suas associadas espalhadas pelo mundo, na matéria *O planeta teen __ pesquisa exclusiva revela o que querem, como pensam e de que modo vivem os jovens da primeira geração verdadeiramente global da história.* O número de "6.547 jovens entre 15 e 18 anos, das classes A e B, de 26 países dos cinco continentes foram consultados" (Conti, 1995, p. 106). A síntese conclusiva da pesquisa nos foi dada nos enunciados da imagem seguinte:

Tais dizeres, na capa da referida magazine, são dignos de nota. Todavia, em *Ciência com consciência*, Morin (1995) já nos alertara quanto aos riscos dessa "lógica do campo de concentração", própria do "pensamento formalizante quantificante" para o qual inexiste, ou é categorizado *"escória"* tudo aquilo que não pode ser encerrado nos simplismos de enquadramentos de explicações matematizáveis, baseados em atributos meramente visíveis. Ponderando, no sentido de desalinhar de tal postura, o espírito do observador pode se projetar interrogativo: "E quanto aos "desvios" ocultados nos percentuais, ou seja, e a respeito do peso da influência dos jovens de uma mesma geração que não se portam, ou querem aquelas mesmas coisas?"__ fomos levados a indagar e, a partir daí, veríamos que os traços distintivos identificados com a pesquisa realizada se resvalavam em rótulos sumariados, os quais nos fazem perder de vista a própria diversidade da realidade humana.

O perfil homogeneizado da "juventude dourada de cada época", embora, muitas vezes, corresponda à expressão de um pequeno grupo, é referendado nos documentos como o modelo comportamental de um tempo, o qual é estendido teoricamente a um número maior de sujeitos (Levi & Schmitt, 1996). Contudo, é inviável uniformizar o modo pelo qual jovens de uma geração experienciam as mesmas questões que os envolvem. Ocorre que as desigualdades sociais, bem como as diferenças de gênero, de opções sexuais, culturais e étnicas, por exemplo, impõe todo o seu peso. Por tal razão, nos lembra Hobsbawn (1995, p. 304), a liberação sexual vivida por homens e mulheres, representou mudanças, embora estas tenham adquirido um significado muito distinto no universo feminino. Do mesmo modo, jovens escravos não compartilharam de juventude idêntica a de seus jovens senhores (Levi & Schmitt, 1996), ainda sim, jovens desempregados, ou agressivos, ou em condição de mendigos, ou trabalhadores, não vivem a sua mocidade, influem no seu contexto de forma semelhante e a partir de instrumentais de repertório comum. É necessário interpelarmos a respeito da "(...) ambigüidade das segmentações sociais, das formas de solidariedade e dos conflitos, ou sobre a eficácia das representações simbólicas [que nos dão uma imagem unívoca das juventudes] (Levi & Schmitt, 1996, p. 9)".

Bloch (1987) se atentou a tal dimensão.

Homens nascidos em datas vizinhas e em ambiente social bastante idêntico, em sua formação, sofrem "influências análogas", mas o ato de se portarem diante destas pode se revelar diferente por completo. É preciso se considerar as temperanças individuais daqueles que atribuem sentido e lidam com os acontecimentos e, ainda, se atentar à precocidade dos

unesp

inclinados à "guerra", bem como a outros cuja paixão pelo mesmo tema os colocam em campo oposto. Em outros termos, "(...) as forças que agem sobre um jovem operário exercer-se-ão fatalmente, pelo menos com intensidade igual, sobre um jovem camponês" (Bloch, 1987, p. 159)?

A pretensa uniformidade inexiste.

Não fosse deste modo, como admitirmos a existência, por exemplo, da pouco conhecida intensidade com que se dá o movimento de jovens afrodescendentes pobres da periferia da cidade de São Paulo-SP, organizados em torno da relação de temas que marcam a especificidade de suas experiências de vida, ou seja, as dificuldades econômicas, interrelacionadas às experiências decorrentes de sua procedência étnica negra?[18]

Contra as máximas "Eu sou mais eu" e "Político é o fim" muitos deles se articulam politicamente, explorando as possibilidades da vida em comunidade. "Quero um bom emprego", ou "conforto sim, riqueza não" são expressões de desejos que assumem outro significado no cotidiano depauperado onde experienciam a sua juventude marcada pelas dificuldades de garantirem as condições materiais mínimas para a sua sobrevivência diária. Esses jovens também não acreditam em computador, não têm telefone, o conversor de UHF/VHF, antena parabólica, tevê a cabo e a placa de fax/modem para destinarem à *MTV* os *e-mails* que consagraram a vitória do grupo dos *rappers Racionais MC's* sobre outras bandas nacionais conhecidas (Vieira, 1998).

O que este fato nos informa? Ora, os *Racionais* não afirmam insistentemente que fazem música para seus "manos pobres e negros", ou seja, música de "de preto para preto", e objetivam manterem-se marginalizados da mídia controladora e massificadora dos padrões e gostos culturais, a qual serve às dinâmicas de um sistema capaz de integrar maquiavelicamente o seu público de interesse? Desse modo, não afastam a possibilidade de darem quaisquer entrevistas a canais de tevê, sobretudo, à rede Globo, muito embora se utilizando de estratégias de publicidade informal, tal como a "campanha boca à boca", venderam um número superior a 500.000 cópias do álbum *Sobrevivendo no inferno*?

Assim, aquele fato nos diz que a "boa parte desses 500 mil malucos que compram o disco" dos "quase messiânicos *Racionais*", cronistas politizados, é de jovens do universo

[18] Foi publicada uma edição especial da revista *Caros Amigos*, em 1998, sob o título *Movimento hip hop: a periferia mostra seu magnífico rosto novo*: " ... o próprio *Movimento hip hop* , uma força que já vinha se multiplicando significativamente bem antes de Mano Brown e Racionais romperem o vídeo na *MTV* e finalmente obrigarem a mídia a voltar os olhos para a periferia __ onde a realidade é bem outra da que está habituada a ver e onde se pronunciam mudanças que vão mexer com toda a estrutura sob a qual está repousada a classe média" (Souza, 1998, p. 4).

unesp

abastado de maioria de brancos, os quais a pesquisa publicada em *Veja* os classificou *pouco interessados em política e teorias sociológicas* (Vieira, 1998, p. 1). A crítica de que a motivação à compra do disco é moda, não elimina o fato do referido episódio nos servir à percepção de que as temáticas em torno das quais os Racionais se deixam absorver, notadamente, o preconceito social e de cor, são tomados e se (re) constróem em uma realidade eminentemente mestiça. Ademais, como nos demonstram Levi & Schmitt (1996), em *Histórias dos Jovens*, interesses políticos podem estar no cerne das motivações que privilegiam, a cada tempo, uma "tribo" em detrimento de outras.[19] É o caso de desconfiarmos do esforço em identificar uma "juventude dourada" para cada tempo.

"Quanto à periodicidade das gerações, [resume Bloch] escusado é dizer que, apesar das fantasias pictóricas de alguns autores, nada tem de regular" (1987, p. 159). Desse modo, ainda conclui, somente podemos falar de gerações que se interpenetram no tempo, mas não se sobrepõem (Bloch, 1987). Resta-nos, ainda, mensurar aqueles jovens que não são egressos das chamadas *ondas juvenis*, mas protagonizam a mesma história.

> Em resumo, *o tempo humano há de ser sempre rebelde tanto à implacável uniformidade*, como ao seccionamento rígido do tempo do relógio.
>
> (...)
>
> *Necessita* [os estudos de História] *de medidas adaptadas à variabilidade do seu ritmo e que aceitem por limites zonas marginais*, sempre que a realidade o exija. Só mediante esta plasticidade, a história pode chegar a adaptar (...) as suas classificações às próprias "linhas do real": e este é, em rigor, o fim derradeiro de toda a ciência.[20] (Bloch, 1987, p. 162-3)

Nos ficam das notas de Bloch (1987) e Levi & Schmitt (1996) os fundamentos a partir dos quais somos dissuadidos a trasladar, no contexto, a essas chamadas *zonas marginais,* aos círculos interacionais cuja atividade é a maior responsável pelo que garante a receptividade de *RB*, por extensão, de sua permanência no mercado, bem como da produção do que denominamos *Ser 100% NEGRO: o movimento black's beautiful à brasileira*.

---

[19] "Pior, tem até intelectual começando a querer saber qual é a desses feinho" __ diria Vieira (1998, p. 1) acerca do interesse que o "fenômeno" *Racionais* despertava. Aos acadêmicos, somemos os jornalistas, os quais hoje vertem interesse no universo pouco conhecido dos jovens pobres e negros, lhes conferindo razoável destaque. A partir daí pode-se argumentar que a produção e questões desses dos jovens da periferia não ocorrem na total invisibilidade. A respeito, no entanto, é preciso se discutir como são explorados e discutidos os valores das questões desses jovens nas grandes redes de comunicação. Em 1999, por exemplo, as seqüências de matérias sobre os bailes de periferia, no programa *Fantástico*, exibido aos domingos pela rede *Globo*, os resumiram unicamente em eventos relacionados à violência entre gangues, marginalidade e, notadamente, prostituição infantil.

[20] O grifo é nosso.

unesp

3 Cidadãos conscientes ou clientes inquisidores: as relações de sociabilidade

Em caminho ao terceiro milênio, os cidadãos do fim do século XX[21] viram-no encerrar em problemas para os quais não tinham respostas.

O colapso do socialismo real, em todo o mundo, não coincidiu com o esgotamento das distorções produzidas por um sistema contra o qual se projetara. Contrariamente, houve uma agudização de tais distorções, fato que se expressa, por exemplo, no abusivo controle do poder pelo capital, ou nos desequilíbrios projetados pela desvantagem social, os quais irão influir consideravelmente nas relações de sociabilidade humana.

Na seqüência do fracasso do modelo soviético, discute Hobsbawn (1995, p. 542-3), nos fica, às vistas, o fracasso do modelo ultraliberal. O triunfo da teologia do livre mercado, no entanto, não contraria o fato de que ela é demasiadamente ineficaz, por exemplo, para preservar a vida humana de possíveis catastróficos desastres ecológicos, ou menos do drama da miserabilidade, a qual passa a se generalizar, indistintamente, por todas as regiões do globo, incluindo os EUA.

Dada a real ineficiência da atuação do Estado, fundado no modelo do bem-estar social, oportunamente o discurso da apologia ao livre mercado, prepara o espírito dos cidadãos para os processos de desestatização, aludindo à superioridade e eficiência do setor privado se gestor direto das áreas sociais. O retraimento do papel do Estado, contudo, vem implicando na gradual perda dos direitos sociais conquistados, no descomprometimento para com a população e, em um contexto mais amplo, ressentindo de forma a promover a concentração do poder político-econômico ao norte e redução, ao sul.

No Brasil, onde o *welfare states* não se concretizou e a população somente pode contar com um precário sistema público de serviços, tais questões se desdobraram no interesse em se adotar políticas e programas mistos, os quais combinem a parceria de setores públicos e privados e cujo êxito é mensurado mais pela sua eficiência prática do que pela coerência ética. Nesse caso, foi preciso habilitar o cidadão/trabalhador/consumidor, acostumado ao discurso populista, eivado de paternalismo, das competências sociais que o preparasse para a incorporação dos novos valores em assunção. Como pensar, o que almejar e se comportar no

[21] A periodicidade que equivale à duração do século XX para o referido autor é de 1914 a 1991, os quais correspondem respectivamente à Primeira Guerra Mundial e desmoronamento do socialismo real.

contexto em reconstrução? A demanda por estratégias de (re) educação social veio se realizar, sobretudo, através da mídia televisiva.

É preciso entender que o discurso da excelência dos serviços oferecidos pelo mercado não se ocupa em ponderar acerca do percentual de cidadãos os quais não poderão pagar pela qualidade oferecida. Via processos (re) educativos já mensurados, a promoção da versão que faz a passagem do cidadão consciente ao consumidor exigente, tratando distintos estados como sinônimos, é imediata. Os discursos que atrelavam pontos tais como direitos sociais, dever do Estado e promoção do bem-estar do cidadão se desgastam. Usufruir da condição de cidadão está, agora, relacionado ao poder aquisitivo de se comprar para si tal posição no mercado de serviços especializados. Essas mudanças introduzem alterações sensíveis no relacionamento Estado & sociedade civil, bem como entre empresa & cidadão consumidor.

De um lado, tal como nos recorda Pinho (1996), atualmente os vultuosos avanços tecnológicos fazem as empresas colocarem no mercado produtos de qualidade muito similares, o que elimina os "diferenciais físicos", os quais são determinantes decisivos para que o consumidor opte e efetue suas compras. Ademais, tanto os canais de distribuição são quase sempre os mesmos, quanto os investimentos em *marketing*, não sendo muito distintos, corroboram para crescimento em níveis idênticos pela demanda desses produtos. Assim, as empresas deslocam sua atenção e sabem que, atualmente, o fundamental é consolidar a sua marca no mercado.

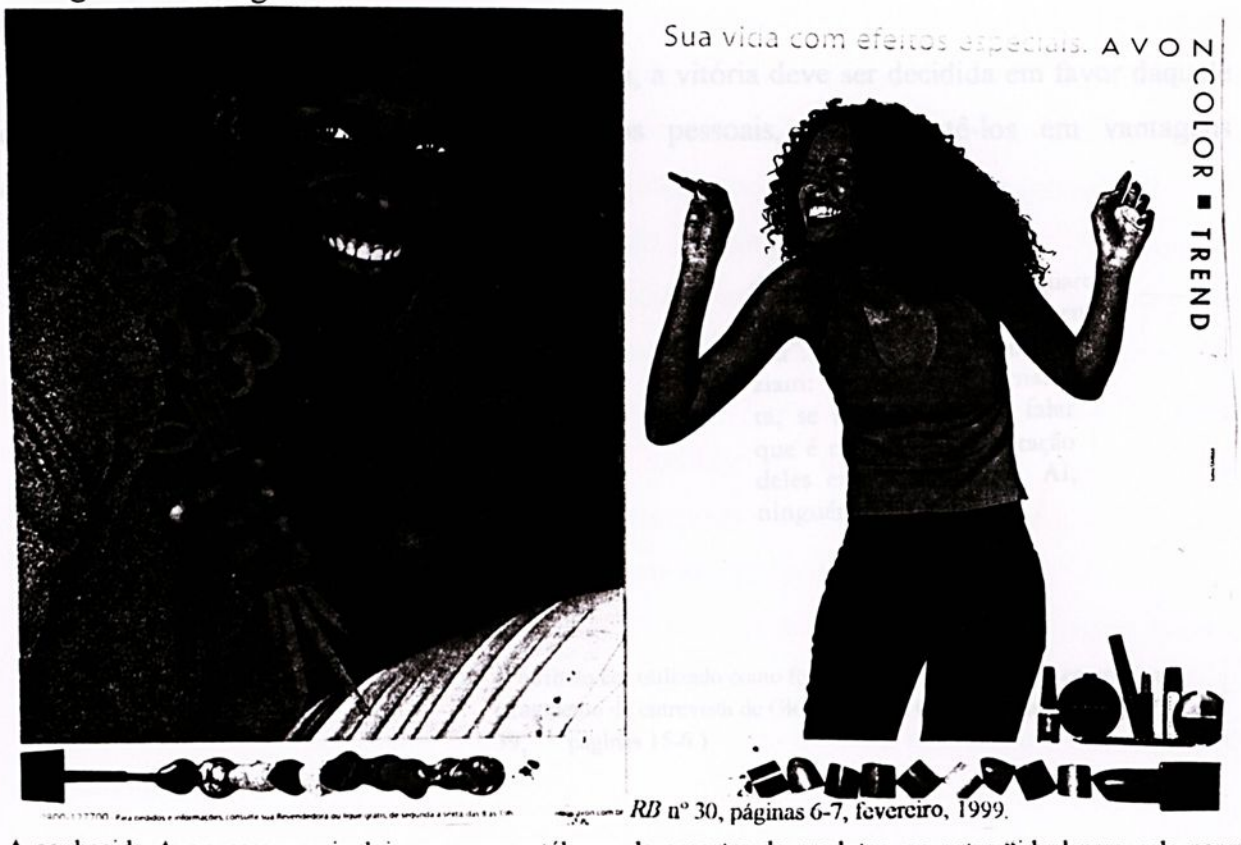
> Ninguém mais dúvida que a marca vale mais do que uma indústria e suas instalações, por mais grandiosas que sejam. De posse de uma marca, os empresários podem dispor de capital e sócios que se fizerem necessários para montar a fábrica em qualquer parte do mundo. (Pinho, 1996, p.8)

Dessa forma, nos dias de hoje, ficam em foco a construção da imagem da marca, logo, os sofisticados processos de gestão de sua publicidade. Nos anos 90, falamos na "batalha das marcas", uma disputa que deve conferir a vitória àquelas capazes de conquistarem o maior número de consumidores. Uma vez que as sociedades, em razão das dinâmicas acerca das quais já nos referimos, isto é, mais acesso aos meios de informação e educação formal, demonstram mais conhecimento sobre seus direitos de cidadão e consumidor, sua criticidade tende a estar mais apurada, resultando, portanto, em uma maior pressão dirigida ao sentido das comunicações publicitárias. Hoje, por exemplo, um número insípido, mas em escala

unesp

ascendente, de [illegible] empresas promovem suas marcas à custa dos projetos sociais que desenvolvem, com vistas em minimizar os danos ecológicos, bem como os desequilíbrios sociais dos quais são responsáveis.

A máxima, há muito presente, "O cliente em primeiro lugar", explicita com mais clareza o elo de ligação que as empresas são levadas a construírem com seus potenciais consumidores. Um "novo estatuto civil dos indivíduos que interagem com o mercado" vem se confirmando, isto é, de consumidores passivos a clientes exigentes, embora poucos são os consumidores preparados para "ultrapassarem o limiar da passividade bovina cultivada pelo *marketing* de massa" e a grande parte das empresas, ainda, trate o "cliente inquisidor como algo mais que um estorvo" (Santos, 2000, p. 6). O caso do produto *RB* explicita esse "novo estatuto". Depois de sua publicação, do visível interesse que a população afrodescendente demonstrou com relação à revista e a outros produtos e serviços "para negros" nela divulgados, tal acontecimento se configurou em pressão para as empresas, em concorrência, ampliarem a margem de representação (positiva), bem como a comunicação com a população de origem étnica negra.



RB nº 30, páginas 6-7, fevereiro, 1999.

A conhecida Avon passou a incluir, em seus catálogos de amostra de produtos, as notas "ideal para pele negra", ou, "também ideal para pele negra".

De outro lado, no presente contexto, temos o neoliberalismo transformando o modo de relação entre governo e sociedade civil, produzindo uma alteração radical nos

próprios princípios de governabilidade. A exclusão, agora, lhe é prevista porque, quando o termo qualidade substitui os princípios liberais da igualdade para todos, fraternidade e liberdade, significa qualidade para uns, mas não para todos. Nesse sentido, a competitividade, não a solidariedade, vai se confirmar em meta para todas as esferas de interação humana, seja para a educação dos cidadãos, entre países, empresas, dentre outras.

Atualmente, o uso corrente da expressão solidariedade vem assumindo o significado de filantropismo, de ações assistencialistas. Embora a situação dos desvalidos as tornem urgentes, tais ações enquanto respostas esporádicas a problemas tópicos, se consubstanciam em medidas paliativas, voltadas ao imediato, desprovidas da perspectiva de encaminhar à transformação do sistema de redistribuição de rendas, mantido sob a desigual e injusta estrutura de poder e privilégios na sociedade de classes. A derrocada do socialismo real faz prosperar, contudo, o incentivo à competitividade, recupera a tese do darwinismo social, ao partir do pressuposto que a concorrência deve provocar o dinamismo, a busca incessante da melhor atuação dos agentes sociais, consumidores e trabalhadores, com vistas na obtenção de resultados sempre superiores.

Na luta aguerrida pela sobrevivência, a vitória deve ser decidida em favor daquele que melhor souber dispor de seus atributos pessoais, ao convertê-los em vantagens competitivas.

RAÇA - Como fez para abrir as portas, no começo?
GLÓRIA MARIA - Tenho uma característica muito legal, não sou "mulatinha", sou negra mesmo. Acho que a cor me ajudou a abrir portas. O brasileiro não tem coragem de ser racista. Usei a minha cor para abrir portas fechadas para outras pessoas.

RAÇA - Como conseguia isso?
GLÓRIA MARIA - Usava a falta de caráter e a covardia das pessoas. Se chegasse um branco num quartel militar, diziam: "Não pode entrar". Mas, diante de mim, diziam: "Essa moça é jornalista, se não entrar, vão falar que é racismo". A hesitação deles era minha deixa. Aí, ninguém me barrava...

FOTOS: JOÃO MÁRIO

O atributo cor utilizado como forma de se obter vantagem competitiva. (fragmento de entrevista de Glória Maria a Oswaldo Faustino, em *RB* nº 39, páginas 15-6.)

Essas vantagens podem beneficiar o indivíduo na medida em que as utiliza como meio para obter a desqualificação de outros. Do ponto de vista do indivíduo, os outros são

tomados como adversários sempre potenciais, mesmo que se situem dentro de um único circuito de atuação, de classe, ou grupo, cuja vivência de problemas comuns, ou de mesma origem, deveria refrear o ensejo de atitudes casuístas e egocêntricas.

Tal conjunto de relações responde à questão abaixo e vemos, assim que, a respeito dessa discussão, o caso dos afro-americano é ilustrativo:

> Como é possível admitir que, em uma sociedade que a todo minuto lembra os negros de sua condição de negros (e, portanto, de ser humano diferente e estigmatizado, oriundo numa longa jornada de uma condição não-humana), os próprios negros estejam passando por experiências de vida tão distintas, a ponto de não serem capazes de compartilhar, portando-se, ao invés disso, de forma cada vez mais violenta contra outros negros? (Castells, 1999, p.77)

O desemprego tecnológico no cenário político-econômico e sóciocultural presente opera mudanças profundas nas relações entre afro-americanos e na sociologia da comunidade negra americana.

A classe média afro-americana prefere educar seus filhos afastados da convivência com as famílias negras pobres, bem como dos "estigmas lançados sobre eles por causa da cor de pele a partir do projeto decadente do gueto" (Castells, 1999, p. 75). Trata de inseri-los nas escolas particulares, no cotidiano cujo bem-estar material e acesso cultural é experienciado, predominantemente, pelos jovens da classe média branca, embora, "(...) ao mesmo tempo, [sigam] reinventando uma identidade afro-americana que revive de temas do passado, africano ou norte-americano e se cala diante do peso do presente" (Castells, 1999, p. 75). Enquanto isso, milhões de negros desqualificados, os quais executam tarefas rudimentares, podem ser demitidos e ignorados, uma vez que a introdução de máquinas automáticas, cuja produção supera o desempenho humano para a execução das mesmas atividades, acrescem a vantagem de serem o equivalente à economia de se utilizar do trabalho escravo. A revolução microeletrônica nos EUA produziu, concomitantemente, a revolução racial, uma vez que o negro, da condição de oprimido e explorado, passa ao estado de inutilidade.

Essa divisão de classes, a qual torna mais larga a distância entre negros ricos e pobres, acirra a hostilidade entre os afro-americanos, de forma a demonstrar que na sociedade informacional em rede a solidariedade firmada por raízes étnicas, não serve à formação de paraísos comunais.

> o anseio pela comunidade perdida que está surgindo na América negra dos anos 90 [é uma reação contra esse estado de coisas] __ talvez porque o golpe mais profundo infringido nos norte-americanos na década passada tenha sido a perda gradual da identidade coletiva, resultando em uma deriva individual ao mesmo tempo coletiva.
>
> ...

unesp

> as raízes étnicas são distorcidas, divididas, reprocessadas, misturadas, estigmatizadas, ou recompensadas de maneira distinta, de acordo com uma nova lógica de informacionalização/globalização de culturas e economias que produzem compostos simbólicos a partir de identidades não claramente discerníveis (Castells, 1999, p. 78).

O caso afro-americano é ilustrativo para explicar que, no mundo hostil criado pela chamada *Terceira Revolução Industrial*, ou *microeletrônica*, se trata, principalmente, de afugentar o perigo provável representado pelo outro, resultando na perda progressiva dos laços de solidariedade antes já estabelecidos.

Essas questões se desenvolvem em um contexto no qual expressões cujo sentido habituáramos àqueles forjados por intelectuais do campo da esquerda/popular são incorporados de forma tática e conjuntural, adquirindo novo significado no conjunto de orientações neo-reformistas. Agora, as próprias empresas, baseadas em estudos sobre ambientes de trabalho, cuja organização deve tornar seus agentes mais produtivos, se ocupam em favorecer e amparar diretamente a formação educacional de cidadãos/trabalhadores de espírito solidário, com habilidade de trabalhar em equipe, de nível cognitivo apurado, flexíveis, conhecedores de todo processo produtivo no qual está envolvido, com potencial para fazer julgamentos e tomar iniciativa, a fim de estabelecerem soluções que cumpram a finalidade de impedir a obstaculização do curso normal da produção.[22]

Outros termos seriam utilizados nessa dinâmica cooptadora exercida pelo mercado: devolução do poder à sociedade; descentralização do Estado; autogestão; autogoverno; participação democrática; controle direto da comunidade sobre serviços etc.. Contudo, a base desse incentivo ao comunitarismo, destituído do ensejo primeiro de autodeterminação popular se revela em descomprometimento das instâncias governamentais para com o atendimento da sociedade civil, em áreas tais como saúde e educação. A favor desta proposta, longe de significar descomprometimento e enfraquecimento do Estado, se argumenta que este é um meio de produzir sua eficiência e fortalecimento, quando o governo se abre ao apoio de todas as instâncias da sociedade interessadas em ajudar.

---

[22] Freire (1995) se deteve à discussão de tais objetivos. "[Nos atentemos aos] equívocos de alguns pós-modernos que afirmam a atualidade de uma pedagogia crítica, de valor estratégico na formação de mulheres e homens capazes de constatar, comparar, optar e, finalmente, agir [__ dizia-nos]. De fato, a necessidade de decidir com rapidez faz parte de sociedades em que a informação e a comunicação se aceleram (...) O problema dos centros de poder está em como produzir uma criticidade tão especializada que só decida em favor dos fortes e opressores, negando a verdade dos fracos" (Freire, 1995, p.40).

unesp

Por analogia ao ônus, representado pelo número de competências e dificuldade de, em curto prazo, cumprir suas tarefas, a imagem de um Estado, o qual se permite a autocrítica, vem aprofundar a descrença na atuação governamental.

FÁBIO DOMINGUES

Entre nesta festa, abrace esta idéia

Apoiado pela revista RAÇA e por artistas como Maria Ceiça, Neuza Borges, Sebastian e Taís Araújo, o **Projeto Cais**, da Afrobrás, promove uma festa de divulgação, no dia 23 de julho. O evento acontece no Moinho Santo Antonio (rua Borges de Figueiredo, 510, SP, tel. 011/ 291-3522) e reúne artistas, educadores, jornalistas e muita gente bonita. Na ocasião, haverá show com o grupo Negritude Jr, com verba destinada ao Projeto Cais, um cursinho para negros carentes, onde, além de estudar, os alunos também recebem uma cesta básica. Para os interessados em se associar, apoiar o projeto ou participar das próximas pré-seleções, a Afrobrás fica na rua Visconde de Indaiatuba, 160, Lapa, tel. (011) 260-7233, em São Paulo.

RB, nº23, julho, 1998, p. 97.

Esse é um exemplo de como *RB* constrói tal questão. Na ausência do Estado, a iniciativa pessoal dos sujeitos monitorando eficientemente melhorias no quadro de vida da "comunidade" da qual faz parte.

A queda do muro e as imagens televisionadas da situação de vida da população que viveu o socialismo real, despertaram a desconfiança e profunda desesperança em sistemas de produção alternativos, dando reforço à busca da realização dos sujeitos individualmente, amparando, por conseguinte, a viabilidade da edificação da aldeia global.

O desenvolvimento tecnocientífico estaria preparando o início de uma nova era, na qual todos os povos da aldeia global se beneficiariam dos confortos por ele proporcionados. Tal ponto de vista se desenvolve porque, no terceiro milênio, a consolidação de valores democráticos e o desenvolvimento econômico são dados como interdependentes.

O fim dos mecanismos reguladores da economia e o fim do papel tradicional dos Estados-nação seriam os prenúncios da união entre todos os povos. A ausência de mecanismos reguladores, no mundo da economia globalizada, deveria por fim aos acertos caseiros, os quais marcam a intransigência de nações que, voltadas a seus interesses exclusivistas, prejudicam os interesses de todos os países.

O propósito da edificação da aldeia global pode ser planificado, porém, muito mais no plano das teórico. Ocorre que muitas dificuldades se impõem. A primeira delas já pode ser aqui adiantada. Uma vez que o capitalismo se fia na desigualdade, a mundialização da economia tem servido para agravar a miserabilidade, principalmente, nos países mais pobres. A partir daí, outras problemáticas ficaram visíveis nas sociedades, no final dos anos 90.

4 As reações emocionais: o desejo de sentir-se em comunidade e o sentimento de intolerância

O Terceiro Mundo exposto às mazelas produzidas pelo Primeiro Mundo emerge como uma ameaça premente que deve ser controlada. Sabe-se disso porque a vantagem do imperialismo se desfaz continuamente, na medida em que o papel tradicional dos Estados-nações se altera e a intensa "democratização ou privatização dos meios de destruição", da qual nos fala Hobsbawm (1995, p. 539), faculta a possibilidade de "violência e depredação *em qualquer parte* do globo", por "grupos bastante pequenos de políticos ou outros dissidentes". Ademais, todo cenário construído pelo fim do conflito ideológico entre comunismo *versus* capitalismo, os opostos de uma luta religiosa, torna propício o ressurgimento de identidades fundadas em religiosidades e etnias, dando margem à formação de grupos de ânimos reacionários, cuja prática marcada pela intolerância, os Estados não se sentem capazes de controlarem.

Dois acontecimentos interdependentes, o triunfo da teologia do livre mercado, quando este já "(...) não mais podia ocultar sua "nudez e inadequação" (Hobsbawm, 1995, p. 336), e o esgotamento do modelo *welfare states*, retirando do Estado o poder de interferir nas negociações e desdobramentos sociais do setor privado, projetam um mundo anômico. A sensação de experimentar a existência em um mundo anômico desperta entre as pessoas o desejo de um pouco mais de comunidade, um pouco mais de família, como refugio dos medos produzidos por uma sociedade na qual o "eu" substitui cada vez mais o "nós".

Voltada para um público segmentado, isto é, ao negro brasileiro, *RB* tanto contribui para satisfazer minimamente, quanto evoca essa ânsia de "mais comunidade" que, presente entre a população brasileira afrodescendente, tem sentido singular, dado o fato da ideologia da democracia racial obstaculizar a criação e solidificação dos laços de solidariedade étnica.

unesp

Hobsbawm (1995) constata que jamais se usou tanto e indiscriminadamente a expressão comunidade (comunidade de gays, comunidade de informações, dentre outras). Insurge, assim, o que chama de políticas de identidade, de fundamentação étnica/nacional, ou religiosa.

Trata-se de buscar as raízes, traços identificatórios que singularizem, aproximando os sujeitos e, por extensão, os distinguindo de todas as demais agrupações, demarcando de forma exclusiva e imutável o grupo, a "comunidade" por eles constituída. Em outros termos, se trata de construir a própria identidade, "insistindo na não identidade de outros".

> De que outra maneira podiam os carecas neonazistas na Alemanha, usando uniformes, penteados e gostos musicais da cultura juvenil cosmopolita estabelecer a sua germanidade essencial, a não ser espancando turcos e albaneses locais? Como, a não ser eliminando os que não "pertenciam", se poderia estabelecer o caráter "essencialmente" croata e sérvio de uma região na qual, durante a maior parte da história, uma variedade de etnias e religiões vivera como vizinhos? A tragédia dessa política de identidade exclusionária, quisesse ela ou não estabelecer Estados independentes, era que não podia dar certo de jeito nenhum. Só podia fazer de conta. (...) A pretensão de que havia uma verdade negra, hindu, russa ou feminina incompreensível e, portanto, essencialmente incomunicável aos de fora do grupo, não poderia sobreviver fora de instituições cuja única função era estimular tais opiniões. Os fundamentalistas islâmicos que estudavam física não estudavam física islâmica; os engenheiros judeus não aprendiam engenharia hassídica (...) (Hobsbawm, 1995, p. 418)

Não condizente com as circunstâncias dadas, uma vez que a urbanização, o movimento de pessoas (de turistas, trabalhadores, migrantes e imigrantes) e os tentáculos da economia globalizada produzem a mestiçagem de gostos, costumes, culturas, bem como de etnias, essa "reação emocional", observada nos comportamentos inclinados à "varredura de territórios", vai dar sinais de existência em populações de todo o mundo e mesmo entre nós brasileiros.[23]

O sentimento de intolerância que daí se projeta influi na manifestação das múltiplas formas de violência, sobretudo, nos grandes centros urbanos, sendo expressas em

[23] Um exemplo é o caso particular do grupo de nome *Carecas do ABC*[paulista]: "...surgiram no início da década de 80, inspirados nos violentos *Skinheads* europeus e americanos. "Eles são uma versão tupiniqim dos neonazistas", define o sociólogo Tulio Kahn. 'Mas não têm nenhuma consistência ideológica.' Os carecas dizem inspirar-se no integralismo de Plínio Salgado, cujas teorias tinham uma identificação com o facismo italiano e o nazismo alemão. A maioria deles, no entanto, apenas repete os bordões ouvidos de terceiros ou lidos em publicações populares. Os integrantes da gangue são jovens da classe média. ... Diferentemente dos *White Power*, a corrente que levanta a bandeira da supremacia branca, os Carecas do ABC admitem negros e nordestinos no grupo. Abominam roqueiros cabeludos, estrangeiros e homossexuais. ... Nos últimos oito anos, a ação desses grupos resultou na morte de nove pessoas. Dessas, cinco morreram porque eram negros ou *gays*" (Alvarenga, 2000, p.113). Aqui importa menos o número de ataques e de vítimas, do que o sentido dos ataques e de suas vítimas.

unesp

cenas emblemáticas, tais como as agressões contra os nordestinos em São Paulo (SP), negros ou, as mais repetidas, com relação aos homossexuais.

É importante ressaltar aqui o impacto de elementos desse cenário na composição da história de *RB*, considerando a especificidade do tema genérico de referência que a revista perpassa, isto é, as relações entre negros e brancos no Brasil. Nos contara um interlocutor próximo à produção de *RB* que, em virtude de ameaças sofridas por parte dos denominados *nerds*, as instalações de redação de *RB* foram transferidas e acomodadas em dependências onde o sistema de segurança ampliasse a margem de proteção daqueles cujas atividades fossem nela desenvolvidas.

Entre nós brasileiros, o sentimento de intolerância adquire novos contornos e sentido particularizado frente à dinâmica mundial da qual fazemos parte, escapando, assim, à caricata imagem e simplista suposição de que os referidos episódios se constituem no simples ato reflexo de importar modismos do estrangeiro, tornando o Brasil o único lugar onde se pode encontrar, entre manifestantes de ânimos neonazistas, negros/afrodescendentes. Essas dinâmicas são preocupantes uma vez que, em suas respectivas formas e motivações atuais, são herdeiras de um movimento, cujo o conteúdo organizado com base no sentimento de intolerância, aniquilou, no passado, 50 milhões de judeus. É questionável, portanto, compreender que *RB* adentra em um contexto facilitador de sua aceitação social e recepção, em razão de vivermos um tempo marcado pelo "discurso do espetáculo da diversidade".

Quando os Estados-nações se mostram pouco preparados para lidarem com tais problemas do fim do século, a angústia e a insatisfação das populações produzem novas modalidades de organização social, as quais tendem a operar focando metas criteriosamente definidas, em circuitos mais limitados, vemos, assim, as ONGs voltadas aos direitos da mulher, ao combate à fome, à proteção do meio ambiente, ao racismo, dentre outros.

As lutas das "comunidades" se reportam cada vez mais a questões tópicas, sem muitas vezes se solidarizarem no combate da matriz que os produzem. Se tal fato vai se configurar em problema, quando as ONGs passam a travar acordos espúrios, ao competirem entre si pelo financiamento de seus respectivos projetos, é a partir daí que a pulverização de lutas e pluralismo de interesses passam a se configurar em preocupante questão.

No perfil de *RB*, esse conjunto de questões, advindas do colapso do socialismo real e triunfo do capitalismo, vai se traduzir na busca de um maior ecletismo, do qual nos falara

unesp

Faustino, na atitude de se evitar os "ranços", bem como de sucumbir na definição de uma linha editorial político-ideológica rígida e intransigente para com as pautas de posturas dela distinta.

Justo em um tempo no qual são tão baixas as expectativas com respeito ao Estado-nação, ele, ou "outra forma de autoridade pública, representando o interesse público", se mostra mais imprescindível do que nunca, tanto para "controlar as iniquidades sociais e ambientais do mercado", quanto fazê-lo "operar de uma forma satisfatória" (Hobsbawm, 1995, p. 554).

> o que poderia acontecer, por exemplo, aos povos dos velhos países desenvolvidos, cuja economia se apoiava numa base relativamente decrescente de ganhadores de renda, espremidos entre os crescentes números dos dispensados como mão-de-obra pela economia *high-tech* e uma crescente proporção de velhos que não ganhavam renda? (...) Quem, a não ser a autoridade pública, iria e poderia assegurar um mínimo de renda e bem-estar social para todos? (Hobsbawm, 1995, p. 554 -5)

Frente à desconfiança e descrédito para com o Estado, os políticos e seus partidos, a que os homens desse tempo lançam suas expectativas de verem transpostas as dificuldades presentes?

4. 1 O *boom* religioso: uma resposta aos medos

O *boom* religioso também se constitui em resposta aos medos dos homens de nosso tempo (Ramonet, 1999). Entregues aos efeitos do poder de uma economia que não se controla, a religiosidade fala às aspirações espirituais daqueles que necessitam de algo sublime no qual possam acreditar, vinca a linha demarcatória das fronteiras perdidas com o colapso do socialismo entre o bem e o mal, o justo e o injusto, o certo e o errado, sugerindo valores elevados, oportunizando, aos fiéis, parâmetros para se sentirem confortados e interpretarem o mundo onde suas existências transcorrem.

As opções aos fiéis são oferecidas por um mercado religioso altamente competitivo, assinala Prandi (1994). No Brasil, os dois fenômenos notórios são a neopentecostal Igreja Universal do Reino de Deus e a reação conservadora neocatólica fundamentalista, ou Renovação Carismática Católica. Ambas multinacionais da fé "ligaram Deus na TV" e, segundo Silva (1999, p. 3), se organizam a partir de critérios empresariais, utilizam de técnicas de *marketing* sofisticadas, bem como de proselitismo agressivo para "aliciamento de fiéis".

A crise econômica globalizada coincide com a elevação do número de novas seitas, à difusão do dogmatismo religioso, por vezes, articulado ao fanatismo e ativismo político.

O medo do desemprego, o medo da violência, o medo da AIDS, o medo do câncer, nossos maiores temores neste fim de século, não encontram, em propostas políticas, ou em toda tecnologia atual, respostas que os enfrentem, os apazigúem.

O sentimento de desespero que daí se origina constrói uma situação na qual o sagrado, agora, encontra o acaso, rivalizando pelo espaço por ele ocupado.

> [Ante ao] (...) *slogan* 'que vença o melhor', cada um procura provar que, apesar de sua situação social objetiva, pode ser um vencedor __ e isso por meio de jogos de azar... A incerteza quanto ao futuro e o frenesi dos jogos de azar levam multidões de candidatos a fazer fortuna, a procurar magos videntes ou paranormais." (Ramonet, 1999, p.2).

Isto explica a razão pela qual também o esoterismo tem se expandido, notadamente, em países do primeiro mundo e o porquê para essa geração estão em baixa quesitos tais como política, teorias sociológicas e ídolos políticos.

No momento em que as sociedades elevam o grau de competitividade, pela fé, a busca da salvação, assume caráter eminentemente individualista.

Evidenciam esse fato, tanto o crescimento de pessoas interessadas por filosofias milenares, como recurso de autoconhecimento e desenvolvimento espiritual, quanto a elevação de vendas de manuais de auto-ajuda.

Vejamos como isso se dilui nas páginas de *RB*:

AUTO-ESTIMA AINDA E SEMPRE

Há quem diga que ser negro no Brasil é matar um leão por dia. E como o racismo raramente mostra a cara à luz do sol, a luta contra as feras costuma acontecer no escuro. Mas nem por isso a vida tem obrigatoriamente de ser ruim, trágica e triste. Basta que cada lutador esteja preparado para os embates e se permita acumular vitórias. Por isso mesmo, a necessidade de se trabalhar para manter a auto-estima elevada. E agora o melhor desta história: a ajuda para se conseguir isso pode ser conseguida também através do livro *Gostando Mais de Nós Mesmos – Perguntas e Respostas sobre Auto-Estima e Questão Racial*. As autoras, todas profissionais da Amma – Psique e Negritude e integrantes do grupo Quilombhoje, se reuniram (numa equipe de sete pessoas) e buscaram a colaboração de mais cinco estudiosos do assunto. O texto em forma de questionário formou uma obra indispensável a negros interessados em viver afinados com a alegria e brancos empenhados em ampliar sua capacidade de ser gente. Com a intenção explícita de seduzir o público para a leitura do livro, destacamos em seguida uma das muitas perguntas com a respectiva resposta.

PERGUNTA: É melhor escolher um homem negro ou um branco para casar?
RESPOSTA: *É melhor escolher um que nos faça sentir bem, que nos respeite. É necessário se perguntar:*

- *Como faço minhas escolhas?*
- *O que está em jogo quando escolho um homem negro ou branco?*

A relação amorosa, especialmente a inter-racial, não está isolada do que acontece na sociedade.

REPRODUÇÃO

Brilho de gênio

Leonardo da Vinci, a cabeça maravilhosa da Idade Média, brilhou das ciências exatas às artes. E não é que, neste ano 2000, ele surge como fonte inspiradora da moderna área de auto-ajuda? Pois é, a partir do pensamento do mestre, Michael J. Gelb escreveu *Aprenda a Pensar com Leonardo da Vinci*. E está fazendo a cabeça de executivos vips de empresas como a AT&T. Da Editora Ática. Preço: 30 reais.

RB nº 51, p. 49

unesp

PONHA HARMONIA EM SUA CASA

Quem busca o equilíbrio interno precisa harmonizar o ambiente externo também. É isso o que propõe o Feng Shui, a milenar técnica chinesa que ensina a criar condições mais favoráveis para a vida. Este é um dos temas do workshop promovido pela Saguaro Import, nos dias 5, 6 e 7 de novembro, em Campos do Jordão. Feng Shui e Essências Florais são os temas abordados pela terapeuta floral norte-americana Cynthia Athima Kemp Scherer, fundadora da Desert Alchemy.

Inscrições e informações pelos telefones (0xx11) 5184-1626, SP.

Crescimento pessoal

A psicanalista Madeleine Fernezian Lazaroni preparou um ciclo de quatro palestras com o objetivo de ajudar os participantes a acelerar seu processo de crescimento pessoal. No primeiro encontro, dia 10 de novembro, o tema é Espelho; no segundo, dia 17, Fantasias; e no terceiro, 24, Medos. O quarto encontro acontecerá no dia 4 de dezembro, quando a raiva estará em questão. "Embora a pessoa possa optar por assistir a apenas uma palestra, elas se darão de forma intercalada, esclarece Madeleine.

Local: Espaço Solanis, Santana, São Paulo. Tels.: (0xx11) 6973-4161 e 6950-3527. Preço: 10 reais cada palestra.

RB nº 51, p. 99

5 Corpos reunidos *versus* corpos interconectados

A barbárie das guerras somada à generalização da pobreza, visível também nas nações do Primeiro Mundo, deixaram patente o enorme fosso do capitalismo em sua capacidade entre produzir bens e acumular riquezas e suas possibilidades de as redistribuir, ou mesmo de repercutir positivamente no terreno do humano, uma vez que o "eu" se impõe cada vez mais ao "nós", atentou Hobsbawm (1995). Por contraste, já desde os anos 80, nitidamente se observava o quanto as novas gerações se tornavam mais escolarizadas e informadas, se considerando aquelas que as precederam (Hobsbawm, 1995, p. 19). Mesmo no Brasil, "monumento à negligência social", esse processo de escolarização, sem precedentes na história, concorreu seguramente para encaminhar uma fração de brasileiros "escuros" aos bancos escolares, embora a grande parte dos afrodescendentes permaneçam constituindo os círculos de relações mais depauperados da sociedade.[24]

As novas gerações podem gozar de inúmeros recursos que melhoram consideravelmente suas condições concretas existenciais, os quais são oportunizados por saltos tecnológicos constantes. Os avanços traduzidos em sofisticações dos aparatos nas áreas de transportes e, sobretudo, de comunicação, diminuem, relativizando a distância espacial entre as pessoas, ampliando por conseguinte, suas possibilidades de intercâmbio, ou mesmo de acessarem e obterem meios de informação e diversão, em um tempo cada vez mais curto, sem que ao menos necessitem sair do ambiente doméstico.

[24] Com o governo dos militares, a escola pública se abriu para todos e não somente para uma elite branca, o que favoreceu os setores populares e, indiretamente, a população afrodescendente brasileira.

unesp

No Brasil, a estabilização econômica produzida pelo Plano Real é ilustrativa. Se em 1993, somente 50,1% dos domicílios tinham TV em cores, em 1997, esse número se elevou a 82,4% (Coelho, 1998, p.7).

O crescimento dessa "cultura a domicílio" se desdobrou no sentido de tornar a vida privada o centro de nossas existências.

Gerada do medo da violência da natureza convivialidade nas ruas, da "incerteza e desconfiança" com respeito ao outro ("qualquer outro__ étnica, social, sexual"), a cultura a domicílio corrobora para o crescimento da cidade virtual, portanto, do anonimato do sujeitos, dando margem ao surgimento do "(...) *não-lugar*: esse espaço no qual os indivíduos são liberados de toda a carga de identidade interpeladora e exigidos unicamente na sua interação com informações ou textos" (Martín-Barbero, 1998, p. 63). Vivemos a passagem da "interação comunicativa à textualidade informativa" que já se efetua acerca de vinte anos, recorda-nos Jesus Martín-Barbero (1998),.

Os sujeitos da comunicação das praças populares nas quais se travavam longos diálogos, não são mais os mesmos homens que, no atual contexto, efetuam compras no moderno supermercado e podem se guiar pelos informes da publicidade, sem a necessidade de se voltarem a outros potenciais interlocutores a sua volta. As relações de comunicação, de sociabilidade, estão distintas.

As câmeras hoje são a "nova expressão da existência social", assim, desde os protestos de rua às sessões no Congresso, os sujeitos envolvidos nessas situações atuam para elas.

Esse fascínio inabalável exercido pelas tevês, explica Martín-Barbero (1998), não está relacionado a entretenimento, ou à informação, mas a sua oferta principal, isto é, o mundo, de forma que, estar em casa, não significa se ausentar dele. Daí toda série de "próteses tecnomediáticas", rádio, tevês e, agora, a Internet, com a "popularização" do computador nos domicílios, adquirirem sua eficácia, alterando por conseguinte, as dinâmicas de relações humanas, o modo de "estarmos e nos sentirmos juntos", uma vez que " (...) a cidade informatizada não necessita de corpos reunidos e sim interconectados" (Martín-Barbero, 1998, p. 62).[25] Por tal razão, na sociedade da informação, importa muito mais a constância e rapidez

[25] Relacionando tais falas de Barbero (1998) à pesquisa das agências americanas de publicidade *D'Arcy*, *Masius*, *Benton & Bowles*, *DMB & B Publicidade* temos um quadro de referências mais completo. É de 93% o montante total médio de jovens, entre brasileiros, colombianos, norte-americanos, italianos e alemães os quais questionados acerca de suas atividades de lazer prediletas, na ocasião, indicaram o item "assistir televisão". Somente com respeito aos jovens

do fluxo de informações, assim, na construção dos espaços urbanos, praças e "cantinhos" de interação pessoal não são prioridades previstas.

Interessante é notar, a partir daí, o quanto a velocidade do fluxo do tempo televisivo, descontínuo e pulverizado, ao transformar o "tempo extensivo da história no intensivo do instantâneo" (re) educa comportamentos, no que tange a forma dos sujeitos trabalharem intelectualmente com o sentido das questões, as quais os envolvem em seu tempo. "Quase todos os jovens de hoje crescem numa espécie de presente contínuo, sem qualquer relação orgânica com o passado público da época em que vivem."__ já notara Hobsbawm (1995). Ainda sim, devemos notar que uma "plasticidade neuronal" desenvolvida pelos jovens, submetidos a tal processo educativo, a qual lhes permite, inclusive, maior habilidade no manuseio das novas tecnologias, tem outros desdobramentos.

> Pois, frente às culturas letradas, ligadas à língua e ao território, as eletrônicas, audiovisuais, musicais, ultrapassam essa limitação, produzindo comunidades hermenêuticas que respondem a novos modos de perceber e narrar identidades. Identidades de temporalidades menos extensas, mais precárias, mas também mais flexíveis, capazes de amalgamar e fazer conviver ingredientes de universos culturais muito diversos (Martín-Barbero, 1998, p. 59).

Dessa forma, na mente desses jovens, ou adultos, nascidos nas cidades, em um só tempo, podem coexistir elementos, a princípio, excludentes, como por exemplo, tanto a crença na feitiçaria, quanto a necessidade de uma ideologia totalizadora, frente ao vazio, e mesmo os sonhos utópicos com os quais vicejam a igualdade e a solidariedade radical. Assim, os elementos presentes em *RB* reforçam e dão plausibilidade, por exemplo, tanto à versão idílica da construção de elos para uma convivência fraterna da comunidade de negros, quanto ao credo da realização, ou sucesso, na sociedade de classes, como resultado do esforço pessoal despendido. Oportunamente, esse traço do perfil de *RB* vai ao encontro da ótica com a qual o sujeito característico deste tempo constrói a percepção da sua realidade.

Visível no perfil das denominadas *tribos*, aquela característica de identidades "flexíveis, capazes de amalgamar e fazer conviver ingredientes de universos culturais muito diversos" (Martín-Barbero, 1998, p.59), híbridas, nos alerta com respeito ao modo pelo qual o

---

brasileiros, essa porcentagem é 77%, número ainda superior no caso da opção "ficar com os amigos" que teve 73% das escolhas. O maior percentual, 81%, se deu com relação ao quesito "ouvir música". Excetuando, "ir ao cinema", com 51%, todas as demais atividades que pressupõem a interação e exposição com "o mundo das ruas", tiveram percentuais muito inferiores: "comer num *fest food*", 33%; "shows de música", 39%; "fazer compras", apenas 42%, número idêntico ao ato de ler jornais e livros (atividades cujo baixo interesse de jovens sempre se configurou em preocupação aos educadores e familiares por eles responsáveis.) . "Assistir a filmes, [mas] em casa", contudo, alcançou um nível maior de preferência, chegando a 53% (Conti, 1995).

unesp

segmento afrodescendentes dessa geração toma e produz seus temas pessoais de interesse, na seqüência, isso nos dá embasamento para que expliquemos a especificidade de *Ser 100% Negro: o movimento black's beautiful à brasileira* que se constrói de elementos concorrentes, antagônicos e, há um só tempo, complementares.

6 As próteses tecnomediáticas e as relações de sociabilidade: a liberação da diversidade e a formação de identidades híbridas e flexíveis

Enquanto as "próteses tecnomediáticas" estabelecem vínculos culturais comuns entre todos, essas gerações que crescem "fortemente ligadas às redes da cultura-mundo do audiovisual", adquirem, sobretudo, via imagens de tevê, o estado de cosmopolitas.

No mundo dos jovens, insurgem as "tribos", na ânsia movida ante a necessidade de diferenciação, na luta contra essa homogeneização inevitável, a qual aprofunda seu anonimato social.[26]

> essas grupalidades novas [são as tribos] cujas ligações não provêm nem de um território fixo nem de um consenso racional duradouro, e sim da idade e do gênero, dos repertórios estéticos e dos gostos sexuais, dos estilos de vida e das exclusões sociais. (Martín-Barbero, 1998, p. 64)

Se esse cosmopolitismo é propiciado pelos meios, tornando essa geração mais aberta à diferença, mais tolerante quanto a quesitos como etnia e sexualidade, por outro lado, também eles estão na base da emergência dos "novos ventos" propagadores de fanatismos, racismos e fundamentalismos.

Ocorre que, de um lado, os meios nos permitem o contato com a diferença, assim, o "(...) acesso a outras visões de mundo e a outros costumes, contribuíram para arrefecer sectarismos políticos e religiosos, relaxaram os talantes (arbítrios) repressivos e desarmaram as tendências autoritárias" (Martín-Barbero, 1998, p. 40). De outro, contudo, nos expõem à indiferença.

---

[26] As causas motivacionais que levam os jovens a integrarem e constituírem grupos tais como *Os carecas do ABC* explicitam essa referência: "...esses jovens precisam do grupo para se afirmar socialmente. 'Quando entram para uma dessas gangues, eles deixam de ser um nada, e a sociedade passa a reconhecê-los, ainda que seja da pior forma possível, por causa do uso da violência'_ afirma [Damergiam, psicóloga, da Universidade de São Paulo]" (Alvarenga, 2000, p. 112)

unesp

Hoje vivemos a "pós-orgia", tal como nos fala Baudrillard (1990), essa "liberação que se faz em todos os domínios", seja política, sexual, da mulher, da criança, das pulsações inconscientes, da arte, das forças produtivas, bem como destrutivas, dos modelos de representação e anti-representação. Desse modo, a diferença entre culturas, etnias, sexos, está na moda, nas imagens veiculadas pelos canais de tevê, como exemplos. Contudo, o que se questiona é se, de fato, podemos nos relacionar com a diferença, a partir do sistema da diferença imposto pelo Ocidente, o qual produz um "esquema de aproximação e distanciamento" a partir de "imagens baratas" do Outro.

O Ocidente estiliza, banaliza, folcloriza, tornando o Outro um ser exótico, de tal a forma, a não termos que lidar com os seus "traços mais desafiantes e conflitivamente heterogêneos", bem menos, portanto, com a alteridade. O Outro, sendo simplificado, é assimilável (Martín-Barbero, 1998). Todavia, ao nos utilizarmos dessa estratégia para assimilarmos o Outro, retiramos dele as condições com as quais nos interpele acerca das peculiaridades que nos constituem.

Não se pode confundir essa liberação da diversidade que se faz sob o jugo do mercado, um artifício neoliberal, muito mais provável de referendar a homogeneização cultural e aprofundar a distância entre povos de culturas distintas, com o sentido do pluralismo objetivado como recurso ao aprofundamento das interações democráticas, nos mostra Martín-Barbero (1997). Nesse caso, sublinha, é preciso sabermos de que pluralismo falamos, a fim de não incorrermos no risco de pressupormos que a quantidade de informações e imagens em circulação, por exemplo, possa ser interpretada como sinal de diversidade, quando tal acontecimento somente nos oferece o chamado *"simulacro oco de pluralismo"*.

Para alguns, contudo, a contínua exposição dos jovens a essas imagens e informações vindas de todos os lugares dá origem a um "novo e fascinante clã mundial" o que explica uma maior expressão de receptividade e tolerância dessa geração para com as pessoas de outras raças e nacionalidades. Se isto servir à diminuição dos riscos de conflitos futuros entre países, podemos encontrar nisso um ponto positivo para essa dinâmica que se projeta com mais intensidade no mundo dos jovens, sublinharia, Khan, psicóloga, em entrevista à Veja (Conti, 1995). A hipótese é plausível, concordaria a revista, uma vez que 33% de jovens

unesp

conceberem muito mais abertos a itens como raça, nacionalidade e sexo que os seus genitores.[27]

Alguns atrelam o encaminhamento dessa liberação da diversidade como estratégia aos interesses de oligopólios especializados e suas agências de publicidade voltados à expansão do campo de penetração de suas marcas e produtos, ao atendimento de solicitações e/ou criação de necessidades materiais para essa faixa etária de consumidores. Nesse caso, o contra-argumento daí corrente, baseado no fato de que tolerância não é sentimento idêntico à natureza da solidariedade capaz de levar os sujeitos a se relacionarem em condições reciprocidade, de igualdade, não procede e o expõe a sua própria insuficiência. Ora, é importante produzir tolerância, mesmo se imposta pelo direito legal, quando se somam, no cenário mundial, a insistência de episódios, dentre os quais é ilustrativo o caso de jovens alemães que se pronunciam abertamente simpatizantes a candidatos políticos com propostas de controle à imigração.

Isso nos auxilia a compreender o motivo pelo qual, embora exposta a essa diversidade de culturas, gostos, etnias, por exemplo, os sinais de comportamentos mais tolerantes, verificados na juventude de hoje, vão se manifestar, primordialmente, no âmbito de suas vidas privadas, o centro de suas existências. A tolerância é para com aqueles "Outros" que lhes são muito próximos e cuja a diferença pode ser aceita, uma vez não ultrapassado o limite do qual ainda possam figurar enquanto seus pares.

Conceber o caráter paradoxal de tal dinâmica em curso é fundamental, quando o sentido desse pluralismo ainda tem, na prática cotidiana dos sujeitos, múltiplas possibilidades em aberto permitindo a redefinição de seu significado.

---

[27] Essa afirmação se confirma em outras pesquisas. Segundo a pesquisa do *Datafolha*, *Racismo cordial*, publicada em 1995, no *Jornal Folha de São Paulo*, no Brasil, 8% dos brancos com mais de 41 anos demonstram ter mais preconceito contra os negros. O preconceito diminui em faixas etárias mais baixas. Também são ilustrativos os dados recentemente levantados acerca da população francesa: "Mais da metade dos franceses pode ser considerada 'anti-racista' ou ao menos 'atraída pelo racismo' ...os entrevistados foram classificados nas duas categorias anteriores ou na de 'anti-racista', na qual foram incluídos 33%...9% tiveram suas respostas desconsideradas, por não fazerem sentido ou serem contraditórias... as pessoas classificadas como racistas acham que há negros e árabes em excesso no país, que os imigrantes vêm à França para se aproveitar do sistema de segurança social, que hoje se vive na França pior que antigamente e que não há necessidade de lutar contra o racismo. [Entre aqueles que se julgam atraídos pelo racismo, está presente a 'rejeição pelos imigrantes e pela nostalgia de uma França de antigamente'.] ... Mas a pesquisa também revelou que o racismo perde a força entre franceses mais jovens. Apenas 10% dos entrevistados com menos de 25 anos foram classificados como racistas [na França de 58% de pessoas atraídas por teses racistas]. O grupo de anti-racistas, por sua vez, ficou com 47%. (Amaral, [199-])

unesp

7 A rebeldia como valor cultivado

Como cavarmos a expectativa de que a atual juventude venha tratar intelectualmente seus temas de interesse, construir seus protestos e pensar política, sem se orientar por tais contingências comuns que nos envolvem? A geração dos anos 90 e mesmo aquela dos anos 80 experiência sua juventude em um mundo muito diferente daquele de seus irmãos mais velhos, ou pais, nos anos 70, ou décadas que os precedem.

Em razão dessa distinção, dada na natureza do conjunto de circunstâncias do contexto pelas quais serão influenciados os jovens de hoje, o próprio período equivalente à chamada *juventude* insurge alargado e, agora, definido *adultescência*.

Adultescência, em *Um glossário para os anos 90*, é uma expressão utilizada para designar a "pessoa imbuída de cultura jovem, mas com idade suficiente para não o ser. Geralmente entre os 35 e os 45 anos, os adultescentes não conseguem aceitar o fato de estarem deixando de ser jovens." (Kehl, 1998, p. 20)

Inventada em 1997, adultescência é resultado de uma contração das palavras adulto, adolescente e adolescer, rejuvenescer. Diz respeito àqueles com tempo de vida, embora deseje remoçar, espera encontrar sua idade cronológica, isto é, a maturidade. (Calligaris, 1998, p. 4) "Estar adolescente é um traço normal da vida moderna. É uma maneira de afirmar a possibilidade de ainda vir a ser outro." (Calligaris, 1998, p. 4)

A partir do molde no qual se faz a liberação da diversidade, as imagens a se "libertam de seus sentidos", para usarmos dos termos de Sevcenko (1998). Nesse processo, no qual a "cultura se dilui em entretenimento e publicidade", estar jovem, demonstrar a autenticidade própria da juventude rebelde, é um estado, ou artigo, o qual se pode usufruir a partir de incrementos em venda no mercado. Tais incrementos vão das cirurgias plásticas, às vestimentas, aos produtos com o perfil das imagens, eminentemente juvenis, que compõem o cenário *pop*.

A rebeldia criativa e desestruturadora, antes tão própria do universo juvenil, é hoje valor cultivado por todos. Se rebeldia não responde mais às características que distinguem essa juventude de outros grupos etários, é preciso perguntar e identificar quais são estes traços.

7.1 A vaga de adulto desocupada, o neodarwinismo social e a queda da incidência dos movimentos de contestação

Os jovens desta geração enfrentam o fato de não saberem como ser rebeldes.

unesp

> Ninguém quer estar "do lado de lá", o lado careta, do conflito de gerações, de modo que o tal conflito se dissipou. Mães e pais dançam *rock*, *funk* e *reggae* como os seus filhos, fazem comentários cúmplices sobre sexo e drogas, freqüentemente se posicionam do lado da transgressão nos conflitos com a escola e as instituições. (Kehl, 1998, p.7)

Decorre daí a baixa intensividade de conflitos dos jovens de hoje com as gerações mais velhas. O dado de que 79 % dos jovens se relacionariam bem com os pais, em uma pesquisa divulgada pela revista *Veja*, em 1995, é significativo.

Com a dinâmica ocidental de teenagização cultural, o valor da experiência de vida se perde, a "vaga de adulto fica desocupada" e, na ausência de traumas, essa geração cresce supondo que as regras podem ser feitas para ela, conforme seus próprios critérios (Kehl, 1998). Assim, ficamos ante a outra característica notória do "jovem global".

Um dos traços marcantes dessa juventude é o individualismo. Quando temos em voga o pensamento neodarwinista, esse individualismo insurge exacerbado, se somando a uma autoconfiança que, embora peculiar e fonte de realização do jovem em formação, agora, "beira à arrogância", dada a influência da propaganda neoliberal acerca do êxito social como resultado do mérito pessoal de cada um.

RAÇA BRASIL - **Você acha que o preconceito é maior nas classes que têm mais poder aquisitivo?**
AGUINALDO – Não. Minha bandeira é a de que negro também pode, tem condições, basta querer.

Aguinaldo Silva: gerente de treinamento, formando profissionais na área de beleza

RAÇA - **Quer dizer que a população negra pode ampliar sua participação na área em que você atua?**
AGUINALDO – Sim. É um segmento novo, com um mercado recente no Brasil... Com competência e profissionalismo, você fica conhecido rapidamente...

POR JONI ANDERSON

RB nº 40, dezembro, 1999, p.83.

Ainda que consideremos os "desvios", no geral, essa juventude voltada a suas próprias realizações, não está preocupada em transgredir, inclinada a "agitar bandeiras políticas", a deflagrar movimentos de contestação. Julga que seus pais lhe roubaram e já viveram por ela esses tais "bons tempos". Em um mundo cujos ordenamentos são estabelecidos pela teologia do livre mercado, são vulneráveis a integracionismos, e, assim,

tratam de garantir a sua sobrevivência e satisfação material, em sociedades que elevam grandemente o teor de competitividade.

O fim do embate capitalismo *versus* socialismo real os levam à crença de que os nossos problemas somente podem ser resolvidos com o aperfeiçoamento do capitalismo. Esse fator somado ao descrédito em instâncias do Estado, políticos, seus partidos e projetos de governabilidade se reforçam mutuamente, de forma a promover o declínio de ações orientadas para consecução de interesses coletivos, isto é, das formas convencionais de mobilização e organização social chamadas *movimentos políticos*. Assim, menos idealistas e contestadores, mais "pés no chão", embora lastimem, os jovens de hoje não são otimistas quanto à possibilidade de um mundo onde as populações possam usufruir de condições de vida mais eqüitativas. É ilustrativa a constatação seguinte:

> Ele [o jovem global] tem o pé no chão, acredita muito pouco que o mundo irá melhorar durante a sua vida. Ao mesmo tempo, 41% estão convencidos de que pessoas comuns podem fazer a diferença, influir decisivamente nos acontecimentos.[28] (1995 , p. 109)

RB ancora o apelo do espírito de comunidade entre afrodescendentes a partir da lógica que combina a crença no "aperfeiçoamento do capitalismo para o aperfeiçoamento das relações democráticas" somado a um sentimento fortemente presente, com o qual se pressupõe ser possível "pessoas comuns provocando uma grande diferença, ao influir decisivamente no curso dos acontecimentos". Assim, a revista não somente reforça o entusiasmo para que cada sujeito individualmente obtenha êxito na "pirâmide social", melhorando as suas condições materiais de vida. Há uma série de passagens na publicação de *RB* que fazem alusão a tal êxito pessoal como um benefício provável de retornar à comunidade, comunidade de maioria afrodescendente, a partir de iniciativas dirigidas nesse sentido.

---

[28]No Brasil, uma série de campanhas (re) educativas, via mídia televisiva, reforçavam tal suposto, exibindo o empenho de cidadãos cuja iniciativa pessoal para sanar problemas na área social foi mais eficiente do que seria o poder público. Uma série de situações verídicas e exemplares, sob o mote "gente que faz" eram transmitidas, na maior TV aberta, a emissora rede Globo. As cenas exibidas trabalhavam com o fundamento de que cada sujeito individualmente pode se constituir em um agente multiplicador de mudanças, capaz de promover melhorias, se não radicais, substanciais, no contexto onde vive. Constavam de histórias de iniciativas pessoais (do empregado ao micro-empresário, da grande empresa à comunidade, e uma série de parcerias daí possíveis), as quais advogavam a favor da hipótese de que esses atores seriam aptos e eficientes para erradicarem problemas sociais, uma vez que, mais próximos à comunidade, teriam condições de melhor dimensionarem suas questões e, assim, formularem soluções mais acertadas.

unesp

POR JÁDER REZENDE (MG), CARLA NASCIMENTO (SP) E DIONY L. SOARES (DF)

De volta às origens

O interesse do bailarino mineiro **Evandro Passos** pela dança afro-brasileira começou em 1975, durante as filmagens do filme *Chica da Silva*, de Cacá Diegues, em Diamantina, cidade onde nasceu. "Foi meu primeiro contato com a dança. A coreógrafa de Zezé Motta, Marlene Silva, me encorajou a enfrentar o desafio", revela.

Evandro percorreu meio mundo para aprimorar seus passos e pisou os palcos de cidades como Nova York, Lisboa, Madri, Paris, Amsterdã, Abidjan e Dacar. Sediado em Belo Horizonte, onde ensina dança para crianças carentes, Evandro divide seu tempo entre o curso de mestrado em Artes Corporais, na Universidade de Campinas, a direção e as aulas, em sua academia, "Afro-Bataka", e os cursos de ginga, para bailarinos clássicos, e de expressão corporal, para atores.

RB nº 23, julho, 1998, p. 14.

A compatibilidade de *RB* e a geração em formação se exibe em tais elementos.

Outro aspecto é importante salientar sobre esses jovens.

Não afirmam a necessidade de se tornarem ricos, mas esperam com seus estudos adquirirem a independência financeira que lhes possibilitem um padrão socioeconômico a partir do qual disponham dos confortos oportunizados pelo acesso a bens de consumo sofisticados, oferecidos pela tecnologia de ponta. Almejam a combinação do lazer de qualidade ao trabalho do qual possam extrair prazer. Os jovens globais são a expressão do marxismo *new age* (Conti, 1995, p. 110).

A chamada *Terceira Revolução Industrial* e as mudanças no mundo do trabalho inauguram a fase mais atroz do capitalismo, aprofundando tanto o abismo entre ricos e pobres, quanto a intensidade do aguerrismo da luta na teia social competitiva. O desenvolvimento de tais acontecimentos, em conjunto ao colapso das experiências socialistas e, por extensão, contínua eliminação do uso da expressão revolução nos universos da política e cultura, reorientam o conflito entre esses jovens e adultos. Esses jovens pedem mais família.

Em *RB*, essa correlação, família, motor e sustentação do sucesso do afrodescendente, é sempre presente. Ademais, a imagem explica o pretexto de "fazer política aparecer em *RB*" de forma diluída. De que forma? Contra a idéia de que as famílias negras são, invariavelmente, desestruturadas, não harmônicas, a imagem é o contraponto. *RB* nº 40, p. 89-90

Se nos anos 60-70 o conflito era resumido no binômio conformismo *versus* idealismo, " (...) nos anos 80/90, entre o que sobreviveu do idealismo dos pais e um novo pragmatismo [pragmatismo cínico, adjetivara, em outra passagem.]" (Gitlin In: Abramo, 1998, p. 15).

Essa geração vive um clima pouco favorável à "irrupção de idéias libertárias". Com isso, o estereótipo do jovem "avançado (leia-se moralmente mais aberto e tolerante)", segundo a imagem da geração dos anos 60-70, cede lugar a uma juventude mais conservadora que passa a definir valores de conduta mais rígidos. Em número maior que juventude dos anos 60-70, considera muito grave "uma filha solteira ficar grávida", "praticar aborto", ou "prostituir-se". Antes a liberalidade sexual, símbolo de liberdade e crescimento pessoal. Hoje o medo dos riscos da gravidez indesejada, da AIDS, dada a relação imediata entre sexo e doença, e a assunção de valores, tais como a fidelidade conjugal.

Não são mais vigiados e controlados severamente pelo Estado, ou por seus pais. Na liberdade de escolha dos jovens desta geração, dentre o vasto horizonte de opções oportunizadas pela indústria cultural, vige o autoritarismo. Um mercado de técnicas cooptadoras sofisticadas permite que se tornarem idênticos em sua originalidade, em outros termos, globais.

No amplo leque de alternativas de mercado, o qual renova constantemente o seu "estoque de produtos e ídolos", uma das maiores dificuldades dessa geração é se conceber enquanto tal, dada a ausência de traços comuns que unifique seus egressos e os façam construir o sentimento de pertença a algo definido. Essa geração não tem apreço pelos mesmos heróis, ou sequer tem gosto inclinado por uma tendência em particular da cultura *pop*. Ademais, não se empolga por motes ideológicos de matiz político claramente distinguível. "Mentalidades híbridas e flexíveis", nos recorda a respeito Barbero (1998), ou um pragmatismo cínico, segundo Gintlin (In: Abramo, 1998, p. 15), isto é, um pensamento em que "tudo cabe", no qual os "meios", ante a quaisquer metas perseguidas, podem se constituir de elementos paradoxais, tão logo importe muito mais os fins almejados. Nos recordemos da narrativa de Elisa:

> "A gente não corta os pagodeiros do movimento. A gente tem uma diferenciação do *rap* e do pagode, é separado porque os pagodeiros valorizam os *playboys* e a gente do *rap*, a mensagem de mudar, [a mensagem] do que a gente sofre. A dificuldade, o que a gente sofre. Importa acontecer! Eu acho."

Em outros termos, sob o peso das circunstâncias, importa muito mais "fazer as coisas acontecerem", em torno do seu tema.

O que essa geração exprime hoje é retrocesso?

A história dos jovens não transcorre conforme um linearismo evolutivo regular, ou seja, da juventude das sociedades tradicionais a "uma 'juventude moderna', liberada de qualquer constrangimento, isenta de todos os tabus" (Levi & Schmitt, 1996, p.11).

Se retomar percursos já experienciados é o meio "mais simples, rápido e eficiente do que abrir novas picadas na selva", mesmo nessa alternativa, o que a geração atual exprime hoje são suas próprias respostas, quando aquelas já construídas, antes tomadas por justas, já não sanam suas interrogações. Atrelada às questões presentes, tal opção nos traz o sentido de tais caminhos sob novo significado, conferindo à construção das respostas desta geração marcas de singularidade, as quais são matérias novas a exigirem o nosso esforço de reflexão e interpretação. Simplificar, portanto, categorizando o que os jovens formulam hoje de

unesp

retrocesso, é um ponto para questionamento. O caminho que, agora, percorrem são alternações e, independente de sua natureza, não podemos deixar de o concebermos enquanto tal.

> e no fundo não vamos encontrar sempre os jovens na linha de frente das revoltas e revoluções?
> (...) a sociedade plasma uma imagem dos jovens, atribui-lhe caracteres e papéis, trata de impor-lhes regras e valores e constata com angustia os elementos de desagregação associados a esse período de mudança, os elementos de conflitos e resistências inseridos nos processos de integração e reprodução social. (...) Eles se tornam assim os porta-vozes ou os porta-bandeiras dos grupos inspirados, místicos, ou carismáticos, os jovens santos que se rebelam contra a corrupção do pai, ou do dinheiro (...) Todavia são sempre os mesmos jovens que, talvez em condições ou em períodos diferentes, também podem sucumbir à sedução de um chefe providencial que pretende encarnar aquela ordem nova com que andam sonhando..." (Levi & Schmitt, 1996, p. 12-3)

A respeito, vejamos a peculiaridade do caso dos jovens afrodescendentes brasileiros. Se eles não tomam, produzem e trabalham intelectualmente o tema o qual os envolvem, conforme já fizeram outros em sua juventude, José do Patrocínio, ou outras notórias personalidades, tais como Abdias do Nascimento e Joel Rufino dos Santos, ainda sim, embora diferentemente, o recuperam, (re) gerando-o. Todavia, à diferença de referenciais na abordagem do tema relativo às relações entre negros e brancos, vem a manifestação de um sentimentalismo nostálgico, eivado de maniqueísmo, expresso no descrédito e desconfiança, na tensão entre as respostas que hoje se constróem e aquelas cujo sentido parecia adequado à ótica das gerações passadas.

Reside aqui a importância do "*ethos* político da militância" não "autofinalizar-se em si mesmo", ou "tomar-se pelo todo", se refugiando em seu próprio esquema ideológico-político, o qual não lhe permitirá receber lições do real (Morin, 1995). Tal como exemplo, não se sensibilizar para elementos presentes no universo desses jovens, os quais servem à especificidade da produção de uma série de dinâmicas que irrompem à margem, construindo o tema, o movimento negro, em um contínuo desestruturado.

8 A especificidade do jovem afrodescendente: o fator origem étnica

Embora compartilhem os traços comuns da geração da qual integra, em todos os campos de interação humana, os jovens afrodescendentes têm suas experiências balizadas por um fator diferencial, isto é, sua procedência étnica.

> O *office boy* Gilberto Aparecido Ribeiro, 22, sorriu quando ouviu a pergunta se já havia sido vítima de preconceito racial alguma vez na vida.
> 'Na vida? Esse negócio acontece todo dia, várias vezes, por dia, cara.'

> (...) listou rapidamente as diversas situações de discriminação que vieram memória. 'No bairro, na minha rua, em qualquer loja que eu entre, na fila do ônibus, a caminho do trabalho. Tá bom já?' (Vergara, p. 2, 1998)

Se desdobram dessa peculiaridade, outros fatores, os quais determinam, genericamente, as contingências do cotidiano de grande parte do percentual daqueles que somam a população dos 90 milhões[29].

Quando a porcentagem de alfabetizados é um dos principais sinalizadores com o qual se pode apurar a qualidade de vida de uma população, o analfabetismo entre afrodescendentes brasileiros, com idade acima de dez anos, corresponde a um número superior a 10 milhões de pessoas. Uma vez que isso corresponde ao montante de 67% dos analfabetos em nosso país, se chega a conclusão de que o maior número deles é de afrodescendentes.

Segundo os Indicadores de Desenvolvimento Humano, IDH, desenvolvido pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, PNUD, com base em números de 1999, o Brasil ocupa a 74ª posição, se classificando como um país de médio índice de desenvolvimento humano, em um *ranking* no qual se considera os 174 países do globo.[30]

Alfabetização, combinada à taxa de escolaridade, renda *per capta* e longevidade foram as três variáveis notadas na metodologia do PNUD, a qual sendo aplicada para mensurar o índice de desenvolvimento humano, agora, desagregado por etnias, ascenderia o Brasil a 49ª posição, se tomados os dados referentes apenas à população branca[31]. Entretanto, se observados os números referentes aos afrodescendentes, expressão adotada para designar os negros e os chamados *pardos* brasileiros, o país seria rebaixado a 108ª posição.

---

[29] Expressão de Aroldo Macedo para designar a soma dos 6% de pardos, 43% de morenos, nas gradações de claros e escuros, 4% de pretos, 3 % de negros e 1% pretos e 1% de mulatos brasileiros. Esses números foram encontrados através de uma pesquisa, "Racismo Cordial", na qual os brasileiros puderam designar espontaneamente sua própria cor, sem o uso do critério do IBGE para tal, ou seja, branca, parda, negra, amarela e outras. Tais dados nos revelariam que cerca de 58% da população brasileira têm a pele escura. Essa porcentagem confrontaria com os dados do IBGE, os quais apontavam a uma maioria branca de 54%.

[30] Dados disponíveis em http://atlas.rits.org.br.

[31] A metodologia do PNUD, aplicada para medir as disparidades dos IDHs das populações negra e branca brasileira foi um trabalho coordenado pelo professor Marcelo Paixão, do Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro. O estudo se baseou nos dados da Pesquisa Nacional por Amostragem Domiciliar (PNAD) de 1997. A importância do estudos dos IDHs foram assim sintetizados em *release*: "O IDH tem uma importância muito grande em termos de construção de políticas públicas dentro dos países. Isto porque: i) é um instrumento de reconhecimento internacional e produzido por uma instituição bastante respeitada que é PNUD; ii) o presidente FHC lançou um programa social nos Municípios brasileiros mais pobres usando como instrumento analítico fundamental o IDH; iii) a existência de disparidades étnicas no Brasil, comprovada (desta vez) pelo IDH denota a necessidade de formulação de políticas públicas voltadas para a promoção da cidadania da população afrodescendente no Brasil, envolvendo o combate à discriminação étnica no mercado de trabalho, escolas e acesso ao poder judiciário". Desenvolvido dentro do projeto "Brasil 2000_ novos marcos para as relações raciais", da Federação de Órgãos para Assistência Social e Educacional (FASE), o estudo pode ser obtido, na íntegra, acessando http:/www.fase.org.br e http://atlas.rits.org.br.

O IDH calculado em relação à população branca (0,791) é muito próximo àquele que enquadraria o Brasil dentre os países com índice de desenvolvimento elevado, isto é, com um IDH de 0,800. O último país classificado nesse grupo alcançou o IDH de 0,801. No entanto, os números relativos ao segmento de afrodescendentes brasileiros são tão inferiores que, se tomados isoladamente, nos situaríamos abaixo da Argélia, Trinidad de Tobago, onde há uma maioria negra. Na África do Sul, onde até recentemente a população experienciava um regime segregacionista, o IDH é de 0,695, ou seja, sete pontos acima do IDH do contingente de brasileiros afrodescendentes. Somente se comparado o IDH da população da África do Sul com aquele de brancos brasileiros, o Brasil estaria na confortável posição de 52 postos superiores.

No início da década de 90, a diferença de IDHs entre brancos e negros nos EUA era dada por 30 postos, a favor daqueles primeiros. No Brasil, a partir dos dados considerados, a distância é de 59 pontos. Tais disparidades, entre os estágios de desenvolvimento das duas maiores populações étnicas as quais compõem a formação da nação brasileira, refutam a afirmação de vivermos a propalada democracia racial.

Atualmente, a expectativa de vida entre a população de brancos é de 70 anos, enquanto entre afrodescendentes, 64 anos. Nos anos 70-80, os chamados "não-brancos" alcançavam a média de 59,4, isto é, 6,7 anos, tempo de vida inferior aos 66,1 dos brancos. Em 1940-50, a média era de 47,5 para brancos e 40 anos para os afrodescendentes. Nesse ritmo, a superação de tal desigualdade demoraria cerca de 160 anos para ser superada. "Desigualdade que se transforma em roubo aberto quando lembramos que os negros pagam igualmente o INSS (...)"

Quando se considera etnia e sexo, vemos que a esperança média de vida do homem afrodescendente é de 62 anos, sete anos a menos se considerado o homem branco também brasileiro. Uma mulher branca pode viver 71 anos, mas uma afrodescendente, 66. Assim, se biologicamente, o sexo feminino, independente de etnia, pode viver mais tempo com relação ao sexo masculino, em virtude do grau de desigualdades raciais, no Brasil, isso não ocorre. As mulheres brasileiras afrodescendentes têm a expectativa de três anos de vida a menos com relação aos homens brancos.

unesp

A etnia é um fator provável de influir no pleiteamento de vagas no mercado de trabalho, nas possibilidades de acesso a serviços urbanos básicos, tais como, saneamento público, educação, saúde, transportes, segurança entre outros, conjunto a partir dos qual os cidadãos têm delineado o padrão de qualidade de suas condições de vida. A luz do exemplo da população afrodescendente, prejudicada em todos estes aspectos, podemos depreender o modo pelo qual a etnia pode ser tomada como um forte condicionante capaz de definir o tempo médio de vida dos sujeitos. (Paixão, p. 12, 2000) Os números encontrados na Pesquisa Nacional por Amostragem Domiciliar, PNAD, de 1997, reforçam essa leitura.

> da população de 60 a 64 anos no Brasil, somente, 38,7% são afrodescendentes; entre a população de 65 a 69 anos, os afrodescendentes totalizam 38,2%; entre 70 e 74 anos, 37%; entre 75 e 79 anos, 38,5% e com mais de 80 anos, 39%. Em tempo a população afrodescendente no Brasil oficialmente totaliza cerca de 45% da população. Ou seja, os afrodescendentes estão sub-representados nestas faixas etárias mais elevadas (...) (Paixão, 2000, p. 12)

O Índice de Longevidade relativo à população afrodescendente brasileira é igual a 0,65, perdendo para o contingente de brancos, no Brasil, os quais alcançam a marca de 0,75.

Desagregado por etnias, o menor IDH do Brasil, foi detectado entre os afrodescendentes alagoanos, com 0,587. Em Alagoas está também concentrado o contingente da população branca com o menor IDH, com 0,690. No Distrito Federal, brancos e afrodescendentes possuem os maiores IDHs, do Brasil, respectivamente, 0,872 e 0,785.

f. 1236

Nos mapas das desigualdades étnicas, em todos os estados brasileiros, podemos constatar que o IDH do contingente étnico branco é sempre superior àquele que corresponde ao percentual de suas populações de afrodescendentes. As desigualdades étnicas são patentes, independente do estágio de desenvolvimento de cada estado do país.

Os Indicadores de Rendimento apontam ao fato de que os afrodescendentes sobrevivem com uma média de rendimento familiar *per capta* de 0,60, igual a 1,32 salário mínimo, enquanto os brancos, 3,12, isto é, 0,74.

> De acordo com a Fundação Seade, de São Paulo, o salário médio de um branco na capital paulista é de 760 reais. Na mesma função, um negro ganha menos da metade: 350 reais. "O negro tem de ser dez vezes melhor do que o branco para ter acesso a uma educação que permita a ele competir e ultrapassar quem sempre esteve em vantagem", diz cientista Sérgio Abranches (In: Pinheiro,1999). [32]

[32] O IDH mensurado dos afrodescendentes e brancos que vivem no estado de São Paulo é, respectivamente, de 0,745 e 0,825.

unesp

Como já vimos, ao discutirmos a experiência afro-americana, há de se considerar que as mudanças no mundo do trabalho e seus desdobramentos no tocante aos vínculos empregatícios, afetam, sobretudo, a população afrodescendente. Contudo, dentre os afrodescendentes, são agudizadas as dificuldades enfrentadas pelas mulheres. A porcentagem de mulheres negras trabalhadoras, as quais não podem usufruir de seus direitos trabalhistas, sociais e previdenciários, contabilizam uma quantidade que excede a 70%.

Conforme dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), corresponde a apenas 1% o número de profissionais negros em postos estratégicos do mercado de trabalho no Brasil. (Pinheiro, 1999)

Ademais, entre dois profissionais que se equiparam em termos de preparo para ocuparem uma determinada função, se um for branco e o outro negro, o primeiro terá 30% de chances a mais de ser contratado.

Divulgados no corrente ano, 2000, essa gama de dados somente pode nos oportunizar uma visão genérica do quadro situacional da fração de origem étnica negra brasileira. Sob muitos aspectos, esse segmento populacional permanece uma incógnita.

Na ocasião do levantamento de critérios a partir dos quais se comporia o perfil da publicação *RB*, foram enfrentados a carência, bem como a imprecisão e defasagem de informações.

"Como vive, como se vê, quem é a população consumidora-alvo de uma revista para negros no Brasil e qual o contexto que um material dessa natureza encontrará?" Para tais questões estavam disponíveis os dados de Racismo Cordial.

Todavia, embora fosse possível contar com a recente pesquisa do *Datafolha*, *Racismo Cordial*, publicada no domingo de 25 de junho de 1995, no *Caderno Especial* do *Jornal Folha de São* Paulo, era preciso lidar com a ausência de outros recentes quadros de estudos e pesquisas, originados de óticas distintas que, enfocando as mesmas questões, viessem a acrescentar outros dados, ou mesmo contrastar com as conclusões deste material.[33]

Ademais, os limites de "Racismo Cordial, a maior e mais completa pesquisa sobre o preconceito de cor entre os brasileiros" foram estabelecidos desde a concepção de sua metodologia de desenvolvimento. A referida pesquisa tratou de quantificar e, com isso,

---

[33] "(...) a pesquisa foi realizada em todas as unidades da Federação, ouvindo 5.081 pessoas maiores de 16 anos em entrevistas pessoais, em 121 cidades, de 4 a 6 de abril [de 1995]" (Paulino, 1995, p. 2)

unesp

confirmar a especificidade já conhecida das relações de convivialidade entre negros e brancos no Brasil. Não se tratava de apurar elementos inéditos. Do contrário, um dos riscos do questionário formulado, respondido por uma população de 5.081 pessoas, era ocultar os aspectos inusitados possíveis, uma vez que grande parte das questões foram baseadas em preconceitos: 1) "Negro bom é negro de alma branca?"; 2) "As únicas coisas que os negros sabem fazer bem são música e esportes?"; 3) "Se Deus fez raças diferentes, é para que elas não se misturem?"; 4) "Negro, quando não faz besteira na entrada, faz na saída?"; 5) "Se pudessem comer bem e estudar, os negros teriam sucesso em qualquer profissão?"; 6) "Uma coisa boa para o povo brasileiro é a mistura de raças?" e 7) Toda raça tem gente boa e ruim, isso não depende da cor da pele" (Folha de São Paulo, 1995, p. 2).

Essas eram algumas das interrogações para as quais os entrevistados dispunham de respostas estimuladas, dadas a partir das seguintes alternativas: a) concorda totalmente; b) concorda em parte; c) discorda em parte; d) discorda totalmente e e) não sabe.

Uma das 12 questões, ao menos, foi respondida de forma preconceituosa pelo brancos entrevistados. "Como o país não tem pesquisa científica sobre o racismo com a abrangência da realizada pela pelo *Datafolha*, não é possível dizer se o preconceito hoje é maior ou menor do que a cinco ou dez anos. A pesquisa do *Datafolha* cria um paradigma." (Rodrigues, 1995, p.3) O resultado obtido foi de que 89% dos brancos no Brasil nutrem preconceitos com relação aos negros, contra o número de 9%, o qual enunciou a porcentagem dos não preconceituosos. Dois por cento de brancos não souberam se definir a respeito.

Considerando as respostas de negros, brancos, pardos e outros, as 12 perguntas, 13% não manifestaram qualquer tipo de preconceitos com relação aos negros, 36% exibiram um pouco de preconceito, 47% expressaram de forma mediana e 4% se mostraram preconceituosos.

As perguntas abaixo e suas respectivas constatações reproduziriam estereótipos, explicitando a precariedade das interrogações que nos forneciam as premissas antes enunciadas:

"Pelo que você sabe ou imagina, quem é melhor de cama, as brancas, as mulatas ou as negras?" __ indagava o *Datafolha* para contabilizar que 32% dos homens brancos, pardos, negros e outros entrevistados, indicariam a mulata.

"Pelo que você sabe ou imagina, quem é melhor de cama, os brancos, os mulatos ou os negros?"__ a mesma interrogação, dirigida, agora, às mulheres brancas, pardas, negras e outras. Se chegou aqui à afirmação de que os homens negros na média de 16 % obtinham a preferência, entre as mulheres.[34]

Segundo a cor auto-atribuída pelo critério do IBGE, o número de desempregados, entre pardos era de 7%. Essa mesma porcentagem fora encontrada entre os 606 negros entrevistados. Vinte e dois por cento de negros eram pagos por até dois salários mínimos, ou menos, enquanto, entre os brancos, essa porcentagem se reduzia a 14%. Metade da população de negros sobrevive com uma renda de 200 reais. Vinte e um por cento de negros e brancos recebiam mais de dois a cinco salários por mês. Vinte e seis por cento dos negros recebiam dois a cinco salários mínimos. Entre brancos, foram encontrados apenas vinte por cento, recebendo o mesmo valor. Tais números podem ser explicados quando se sabe que a população de brancos é alocada para postos de trabalho onde podem ser mais bem remunerados. Assim, enquanto se encontrou 17% de brancos recebendo mais de 20 salários mínimos, ou 2 mil reais, por mês, entre os negros trabalhadores esse número foi apenas de 7%, ou seja 42 negros. Neste caso, fica também evidenciada a grande distância entre dos pardos com relação aos brancos. Somente 10% dos pardos recebem mais de 20 salários mínimos por mês.

Os pardos ocupam, nos dados, uma posição intermediária entre negros e brancos: 23%dos pardos recebem mais de dois a cinco salários mínimos mensais e 15% recebe mais de 10 a 20 salários mínimos, quando a porcentagem de negros trabalhadores nessa faixa salarial é de 14% e de brancos, 18%. Isso confirma o fato de que uma das especificidades das relações entre negros e brancos está em conceder privilégios por sinais de branqueamento físico.

Os negros não têm possibilidade de se preparem nos estudos, conforme o tempo exigido para ocupação de funções as quais, exigindo mais qualificação, lhes dariam o retorno de serem melhor remunerados: 71% dos negros e 65% dos pardos entrevistados integravam a

---

[34] "... o resultado dessa pesquisa é criar outros preconceitos. Pior do que os anteriores, porque aparentemente se tornam científicos ... É uma pesquisa fundada em preconceitos. Para saber que o brasileiro é racista não precisava fazer essa pesquisa [__ avaliaria Milton Santos, geógrafo]" (Stycer, 1995, p. 8).

unesp

faixa de analfabetos, que terminaram, ou não concluíram o 1° grau, contra 57% de brancos; 24% dos negros e 29% dos pardos eram os percentuais relativos, respectivamente a negros e pardas que atingiram o 2° grau, sem necessariamente ter concluído essa fase escolar; daqueles que, independente de terem encerrado, chegaram ao 3° grau, 4% são negros, 6% pardos, sendo 13% de brancos. A consciência de dificuldades dessa natureza levaria 55% dos negros entrevistados a concordar totalmente, ou em partes com políticas de reparação.

Quando 66% de pardos tinham algum vínculo empregatício, na ocasião, entre os negros, a porcentagem para tal quesito chegou a 70%.

Tanto os pardos, quanto os negros compunham uma fração de 5% de estudantes que não exerciam paralelamente nenhuma atividade profissional. Entre os brancos essa porcentagem é de 6%. Aqui é intrigante as causas que facultam essa aproximação dos quadros de negros, brancos e pardos, com uma diferença de apenas 1%. Gozar da possibilidade de não acumular à condição de estudante a de trabalhador depende do apoio financeiro de familiares. Esses estudantes negros estão fora do mercado de trabalho por tal razão? Isso nos daria outras referências acerca das famílias negras brasileiras. Não há, contudo, referências a essas dúvidas em *Racismo Cordial*. Outras interrogações quanto ao significado desses números se colocam.

Dezesseis por cento das mulheres pardas eram donas de casa, já entre as negras, esse número era de 11%. Seis por cento dos entrevistados negros e pardos eram de aposentados. Qual o significado que se pode atribuir a tais números, segundo articulações viáveis ao contexto no qual eles se apresentam?

Tanto entre brancos, quanto entre negros, 7% estavam desempregados. Todavia, os negros somaram o maior número dentre os entrevistados com carteira assinada, em uma porcentagem de 25%. A quantidade de negros assalariados, mas sem carteira assinada, entretanto, era de 11%, ou seja, 3% a mais que os brancos e 1% acima dos pardos, ambos nessa mesma situação.

São eles o maior número de funcionários públicos, com 12%, enquanto os brancos entrevistados eram em 10% e os pardos 11%. Esse dado confessa o sabido fato dos negros encontrarem, nos concursos para admissão em cargos públicos, o meio através do qual sua capacidade possa ser mensurada, antes que a sua cor o exclua como candidato em potencial.

Cinqüenta e dois por cento dos trabalhadores negros do sexo masculino apontaram a cor como maior obstáculo de realização em ambiente de trabalho. Entre as mulheres negras, de mesma opinião, esse número seria de 54%. Contudo, em favor do suposto de que não a cor,

unesp

mas a capacidade individual para exercer as atividades profissionais confiadas ao trabalhador é o critério relevante considerado em sua contratação e preservação no emprego. Partindo desse pressuposto, o país não sabe informar com precisão como a sua população de afrodescendente vem ocupando as diversas áreas do mercado de trabalho. Saber que cerca de 70% dos negros integram a chamada *base da pirâmide social*, com uma renda inferior a 10 salários mínimos, correspondendo a mil reais, tal como informaria Racismo Cordial, é uma informação tão digna de nota, quanto saber da minoria de negros, cuja trajetória de vida a permite usufruir de campos interacionais onde está concentrada a fração de brancos econômica e culturalmente privilegiada.

9 O primeiro obstáculo à identificação do espaço social e econômico ocupado por afrodescendentes: entre a cor e a origem étnica

Muito pouco se sabe sobre o espaço social e econômico ocupado pelos afrodescendentes, sobretudo, quando o levantamento de dados, no Brasil, enfrenta a dificuldade de obter dos próprios sujeitos uma definição acerca do quesito tom de pele/a origem étnica.

O debate sobre a definição da cor da população nacional é longo, mas se fazemos a respeito dele superficiais incursões, já temos mensurado outro elemento presente no contexto e na base de formação do jovem afrodescendente brasileiro. Nos referimos a essa dificuldade da população de origem étnica negra em se auto-atribuir uma cor que a identifique. Os entrevistados em *Não sou negro, sou marrom-bombom* (Grillo, 1995) nos dão uma dimensão dessa problemática:

"Sou filho de pai branco e mãe negra [__ diz Fernando Pereira dos Santos, 25, do grupo de *rap Disciplina Urbana*]. Então sou negro," conclui. Fernando Xhackal, 22, do grupo de *rap* Realidade Social, reflete: "Fico envergonhado em saber que há negros que dizem ser morenos (...) [Mais à frente, questiona:] Que raça é essa? Eles fazem tudo para nos embranquecer." DJ Leo, 19 anos, gaúcho de pele clara, comenta: "__ Sou pobre, vivo na favela, as pessoas me olham de lado. Se sofro os mesmos preconceitos, então sou negro." Ézio San do grupo de pagodeiros *Os morenos* não comunga dessa opinião: "Se bater no liqüidificador, o que sai é moreno (...) Não sou negro, [contrapõe,] sou marrom-bombom. Negros e brancos gostam de ser chamados de morenos (...)" (Grillo, 1995, p. 5)

unesp

A essas, outras histórias de vida e posturas se somam.

A atriz se diz constrangida por não ser considerada negra e não ter enfrentado situações de racismo e preconceito. Filha de pai negro e mãe mestiça, ela tem a pele clara, cabelos lisos e "traços finos", se explica, nesses termos, à revista.

> Não liguei, por exemplo, para os comentários que escutei depois de ter sido capa da revista Raça Brasil. Alguns fãs me escreveram e me disseram que não entendiam o fato de eu ter sido entrevistada por uma publicação dirigida para negros. Repito: eu sou negra."__declara Camila Pitanga, atriz (Cardoso, 1998).

Outra história é ilustrativa:

> (...) perdeu a conta das vezes em que era pejorativamente chamado de "negrinho", nos tempos em que era pobre. Como metalúrgico na região industrial do ABC paulista, ganhava 150 reais por mês. (...) Depois do sucesso_ dois milhões de discos vendidos, uma casa, um apartamento, dois carros e, por baixo, 30.000 por mês _, o negrinho Chrigor virou rapaz de pele branca. "Agora que estou numa boa, as pessoas vem com essa de me confundir com branco", reclama o pagodeiro. "Eu sou negrão." (Cardoso, 1998)

Em 1996, o Censo do IBGE contabilizou, no total de 152. 374.603 pessoas residentes no Brasil, 82.826.798 de brancos, contra os 61.119.137 de pardos e 7.516.301 de pretos. Contra o fato de muitos negros e mestiços se declararem brancos, segundo a constatação de muitos recenseadores, os movimentos negros brasileiros, naquela ocasião, lançaram a campanha que foi exibida na tevê e divulgada em locais com grande movimento de transeuntes: "Não deixe sua cor passar em branco__ responda com bom c/senso."

No ano anterior, 1995, considerada a porcentagem dos brasileiros se autodefiniram *brancos*, 39%, e os 46% que se conceberam *morenos claros* e *escuros*, foi concluído que "(...) os brasileiros não gostam de ser chamados de pardos e preferem a denominação morenos." (Grillo, 1995, p. 5). Na referida pesquisa, 71% dentre os que foram vistos pelos pesquisadores como *pardos*, em suas respostas espontâneas sobre o atributo cor, se auto-classificaram *morenos*. Por outro lado, dentre as pessoas que se categorizaram *morenas*, 24% delas eram consideradas brancas pelos pesquisadores.

Já em 1997, quando se iniciou as discussões para modificar e encaminhar melhorias no questionário do Censo para 2000, as reflexões eram dirigidas a pontos tais como: a importância do abandono de classificação cromática no Censo, uma vez que não é a cor, mas a etnia que define raça; a importância de se dar condições para todos os cidadãos indicarem todas as suas origens; ao fato da miscigenação no Brasil dificultar a cada brasileiro, o qual não raras às vezes tem variadas procedências étnicas, a se enquadrar dentro de uma única categoria no Censo; a lógica de se que identificar apenas a procedência étnica negra seria

preconceito; ao estabelecimento de prioridades para discussão de toda esta questão, uma vez que tão importante quanto a determinação da expressão mais apropriada, fosse preto, negro, pardo, ou afrodescendente, igualmente seria aquela através da qual fossem encontradas estratégias para levar os sujeitos a compreenderem a relevância política de, uma vez não sendo brancos, não assim se autodefinirem.

A especificidade das relações interétnicas no Brasil capaz de encaminhar os sujeitos a tal situação extrema de "autopreconceito", foi contrabalanceada por uma referência obtida no conjunto de dados de *Racismo Cordial*. Nessa pesquisa, na qual os entrevistados poderiam, no quesito cor, se autoclassificarem, 74% das mulheres negras não mudariam nada em sua aparência, entre os homens, esse número seria de 82%. Setenta por cento das pardas também afirmaram que nada tinham a alterar em sua imagem física, entre os homens pardos, 82% fizeram essa mesma declaração. (Scalzo, 1995, p. 15)

> A população negra brasileira aparece como bastante orgulhosa de sua imagem na pesquisa realizada pelo *Datafolha*: 77% dos entrevistados não querem mudar nada em sua aparência.
>
> Mas, entre os que querem mudar algo, o cabelo, eterno alvo de piadas e preconceito, vem em primeiro lugar. Segundo a pesquisa, 8% gostariam de mudar o cabelo, índice que vai a 12% entre as mulheres.
>
> (...)
>
> Orgulho é com os negros americanos (...) 70% das adolescentes negras americanas estão satisfeitas com a sua aparência. Entre as garotas brancas, 90% gostariam de ser mais magras e estão insatisfeitas.
>
> No Brasil, não é muito diferente: somente 8% das mulheres negras gostariam de mudar alguma coisa no seu corpo (Scalzo, 1995, p. 15)

A referida pesquisa apurou aspectos da população negra que ficavam ocultados, quando, genericamente, ora é mais enfaticamente pensada em uma abordagem folclórica, ora pensada do ponto de vista do ciclo de marginalidade ao qual é submetida historicamente em todas as esferas da vida social, ou seja, o negro marginalizado no sistema escolar, da vida sociocultural do local onde reside, em ambiente de trabalho, por exemplo.

10 Da periferia para o centro: a produção das esferas marginais como matéria à composição do perfil de *RB*

Portar, em sinal de tributo, a imagem do ídolo internacionalmente conhecido, assim a imagem de Bob Marley, nos insurge estampada, no vestido da jovem; o brinco de argola; as fitas no braço; a roupa afro de outra jovem; os cabelos em *dreadlock*, estilo que vulgarmente também se convencionou chamar *rastafari*; os cabelos com contas; a estética

afro-americana das jovens, em um "visual *rapper* e mais agressivo"; a referência de endereços de salões especializados em atender o público interessado em ostentar a aparência bem cuidada, contudo, recorrendo aos produtos e técnicas que sirvam para composição da beleza, segundo a estética étnica negra; marcados pela influência negra, os espaços de entretenimento que se tornam opções de pontos de encontro, sobretudo, entre negros; os depoimentos quanto ao descompromisso para com os consumidores negros e suas distintas demandas no setor de cosmética, bem como à inferioridade e escassez de variedade de produtos nacionais a eles dirigidos, cuja resposta, naquela ocasião, se manifestou na "invasão de importados", em salões de beleza e perfumarias, no Brasil; a relato de experiência de afrodescendentes, precisamente de mulheres, que tendo experimentado a agressão psicológica (e mesmo física) de sentirem socialmente obrigadas a se enquadrarem, a produzirem mudanças na sua aparência que as tornassem assemelhadas esteticamente ao padrão nórdico, fosse alisando os cabelos com soda cáustica, ou pente quente, por exemplo, mas agora, dado o seu poder aquisitivo, podiam se satisfazer com a possibilidade de terem nesses produtos cosméticos importados, a qualidade e adequação a sua cor e, mesmo, à textura de seus cabelos; a crítica às empresas brasileiras que não investiam na qualidade de produtos cosméticos para os cabelos, os quais se "limitaram a desenvolver as fórmulas caseiras que levavam soda cáustica para alisar"; a carência de maquiagem em tons apropriados para a pele negra; o tímido interesse manifesto por empresas nacionais em investir em uma linha de produtos para negros; a referência de que a TV e cinema estariam contribuindo para os negros se encorajarem para adoção de postura e visual positivos com relação ao própria imagem; a percepção individual de entrevistados quanto a estarem vivendo tempos nos quais podiam sentir prazer em terem uma aparência estética negra e as indicações de espaços de entretenimento de "raízes negras": essas são cenas descritas e assuntos recuperados os quais foram englobados convenientemente no tópico *Auto-estima*, de *Racismo Cordial*.

Ao que tal número de itens arrolados apontam?

Eles não somente nos falam de uma minoria de negros interessados em consumir produtos e serviços, embora também o façam. Exibem, e isso é o fundamental, as formas encontradas pelos sujeitos, bem como as dinâmicas cotidianas através das quais produzem as vias que transportam os signos de sua própria ordem, em um contexto onde seus signos são suprimidos e conflituam com aqueles dados hegemonicamente. Assim, já não se sustenta a interpretação de que, ante a todas as questões abordadas na referida matéria, apenas nos

unesp

deparamos com as declarações e cotidiano de entes desavisados, desejosos por adquirirem a "felicidade materializada" em produtos para consumo. Por outro lado, há essa ânsia em consumirem a "felicidade materializada", contudo, se trata da "felicidade materializada" nos signos de sua referência, mensurados em sinais que hoje abrangem desde a comunicação dos anunciantes, marcada pela lembrança da existência do negro como um consumidor potencial, até a imagem, em rótulos de produtos, da figura feminina cujos traços faciais, tom de pele e pêlo capilar indicam a sua procedência étnica negra.

Tais sinais de referência adquirem significado a partir de construções desenvolvidas em dinâmicas cotidianas as quais transcorrem nas chamadas *zonas marginais*, onde os sujeitos, em suas interações cotidianas, eminentemente pedagógicas, geram, vivem e assumem valores e padrões, no caso, estéticos, independente desses estarem de acordo, servirem, ou não, aos parâmetros orientadores do mercado. Em outros termos, nessas esferas há conteúdos próprios e intangíveis ao mercado, cujo sentido não pode ser plenamente captado e traduzido em moda engajada, ou produtos étnicos, ainda que forje impressão contrária, esse recente interesse de empresas nacionais em relação à produção do universo negro, em tempos de discursos apológicos à diferença.[35]

Desse modo, não pensemos que, nessas zonas marginais, a abertura de vias de expressão de elementos peculiares do universo de interesse entre afrodescendentes seja inviável de se realizar através do mercado. Ao contrário, era explicitado em *Racismo Cordial*:

> Na noite paulistana, a estética é norte-americana. (...) As roupas seguem a moda *cluber*, camisetas, coletes, calças largas, casacos. Acessórios que qualquer um poderia usar em São Paulo, Nova York ou Tóquio, mas que ganham realce na postura e na cor. (Scalzo, p. 1995, p. 16)

[35] O mercado evocando questões desenvolvidas nessas zonas marginais faz delas referências para materializar a felicidade em forma de produtos e serviços os quais a elas são dirigidos, influenciando, por conseguinte, o que ocorre nessas esferas de interação. Esse é o caso da relação entre os *hip hoppers* e a indústria cultural __ aqueles primeiros se alimentam dela por se constituir em uma de suas fontes principais de informação, na mesma medida em que a combatem. Como veremos, em capítulos seguintes, assim ocorre no desenvolvimento do movimento suscitado com *RB*. No entanto, aqui os sujeitos se portam a partir de motivações pessoais, assim, não falaríamos de qualquer forma nítida de combate ao que esse mercado lhe produz mas, sim, de um fluxo no qual esses sujeitos e suas referências se impõem, na medida em que sendo apropriados pelo mercado, dele se apropria. Desse modo, consomem o que o mercado lhes destina e têm a expectativa da ampliação da margem de investimento no universo do qual integra, com vistas na maior penetrabilidade de suas referências e exploração das questões específicas por eles vividas, em uma sociedade cujo mito da democracia racial sobrevive eliminando a possibilidade dessas mesmas referências e questões serem visíveis e debatidas. Ou seja, nesse processo de incorporações entre o mercado e zonas marginais, se constrói um movimento cuja produção é caracterizada pela "unidualidade" e "entrefecundação", para tomarmos termos morinianos.

A partir de tais informações, seria construída a "fórmula" de composição do perfil de *RB*, com o estabelecimento das relações entre negro consumidor & mercado, o que a colocaria em conformidade com a peculiaridade das expectativas das novas gerações de afrodescendentes. Dizemos, em razão disso, que *RB* assume uma dimensão catalisadora, uma vez que opera a partir de elementos já contundentes nas esferas marginais. Todavia, na medida em que os catalisa, torna-se o objeto interventor que nutre essas mesmas dinâmicas, as quais assumem novos contornos a partir dessa atividade produzida. O processo de (re) geração dessas dinâmicas denominamos *Ser 100 % Negro: o movimento black's beautiful à brasileira*.

RB incorpora habilmente um tema a que muitos relacionam ao campo da contracultura, sem contudo, o trabalhar de forma a se inserir nesse mesmo campo. Tal plasticidade de *RB* vai ao encontro da plasticidade evidenciada no modo como os jovens constróem suas identidades e repertório a partir do qual se relacionam com a multiplicidades de temas que lhes interessam, ou antes a eles se impõem. Assim, a política, nos dizia, Faustino, "pode vir diluída em uma matéria de moda ... matéria de comportamento".

Em outros termos, dois componentes combinados servem de atrativo na abordagem de *RB*.

O primeiro deles é o consumo. Os dados coletados em uma pesquisa da agência *Grottera*, no ano seguinte à publicação de *Racismo Cordial*, 1997, os quais nos revelariam que os negros "querem o que todos querem", e isso inclui, portanto, também a ânsia em poder consumir a "felicidade materializada" em bens materiais e serviços, confirmariam à editora e envolvidos na composição mensal de *RB* a pertinência da adoção do componente consumo/mercado.

Consumo é a pauta de referência a ser tratada e que insurge desde os anúncios de produtos e serviços à visibilidade concedida à personagens de identificação, as quais servem de motivadores para que os afrodescendentes tracem seus parâmetros de sociabilidade e vicejem sua idealizações, segundo a sociedade do consumo. Isso vai estar de acordo com jovens de uma geração que se forma em um tempo marcado por contingências as quais a torna essencialmente pragmática, imediatista, individualista, inclinada à priorizar a satisfação de suas realizações pessoais, muito mais informada sobre as questões sócioeconômicas e político-culturais de seu tempo, embora pouco interessada em refletir e as articular àquelas

unesp

experienciadas em seu cotidiano, ou a se organizarem, conferindo a elas um tratamento e encaminhamento político.

É preciso lembrar que, na ocasião de lançamento de *RB*, 1996, o entusiasmo em torno do discurso socialista havia se esvaecido ou, assim, a mídia nos fazia crer. Uma geração de afrodescendentes já se formara sem a influência dos debates que aliançavam os tópicos *crítica à sociedade de classes* e *solidariedade racial*. Eram jovens demais para conhecerem outra realidade a não ser esta, marcada pela anomia social, dada com o "triunfo do indivíduo sobre a sociedade", e na qual a satisfação primeira dos interesses individuais se sobrepunham ao bem comum e a coletividade, nos lembra Hobsbawn (1997). A partir daí, esses jovens afrodescendentes, os quais cresceram nos anos 90, ficaram muito mais expostos, envolvidos e abertos que os adultos à incorporação do discursos de mercado, das respostas neo-reformistas.

Diferentemente da imagem dos jovens negros de décadas anteriores, os quais se organizavam para serem reconhecidos legal e socialmente como sujeitos de direitos, a juventude afrodescendente dos anos 90 é aquela que trata de se privilegiar das conquistas das gerações precedentes, todavia, agora, abordam suas questões portando-se como exigentes consumidores de produtos e serviços que são sujeitos de direitos. Partindo dessa ótica, essa juventude espera se ver retratada dignamente e em proporção condizente ao tamanho da população da qual faz parte. Da mesma forma, quer que sejam contempladas as discussões de suas questões, notadamente, aquelas relativas às dificuldades presentes no seu dia a dia, e as suas formas de enfrentamento, tanto quanto tomar contato com as produções de afrodescendentes, em todos as áreas da vida social, cujo desempenho sirva de incentivo à realização de outros de origem étnica negra. Aqui, já nos deparamos com um segundo componente em *RB*. Falamos da focalização do tema em torno do qual se desenvolve o conteúdo de todas as referências e seções da revista, lhes conferindo o predicado "sobre/para negros", em um contexto marcado pela ausência de vias de comunicação sobre o segmento afrodescendente da população brasileira e especificidade de questões presentes em seu cotidiano.

Na ocasião da publicação das constatações agrupadas nas páginas reservadas ao ponto *Auto-estima*, o estranhamento, ante a dificuldade de conciliarmos tais informações com um conjunto de preceitos estruturados com base no suposto de que, no Brasil, as pessoas de descendência étnica negra têm, em sua maioria, baixa afeição para consigo própria. No ano

seguinte, o interesse despertado pela publicação *RB*, notadamente, entre a comunidade afrodescendente brasileira, nos afastaria desta percepção fundada em estereótipos.

A publicação *RB*, um produto cujas vendas comprovavam ser mercadologicamente viável, em sua especificidade, isto é, para negros, motivou, servindo à sensibilização da demanda por especulações relativas a um novo campo, acerca do qual os setores estrategistas de vendas e produção não dispunham de informação. A revista e seu resultado como produto em venda foi mais eficaz na mudança de tratamento do negro no mercado e meios de comunicação do que as críticas traçadas por jornalistas, acadêmicos e/ou militantes quanto ao visível ocultamento de representantes de origem étnica negra no mercado e mídias, bem como das matérias de discussão a eles relacionadas. Aqui, mais uma vez, nos deparamos com a relevância da produção de *RB*. Focadas as possíveis relações entre as palavras-chave consumidor negro & empresas, as quais despertam interesse após a publicação da revista, foram acrescidas novas referências ao reduzido quadro de dados sobre os afrodescendentes brasileiros.

11 A população consumidora negra que *RB* encontra na ocasião de seu lançamento

Recentes números divulgados sobre a população de procedência étnica negra nos deixam diante da constatação de que sua nova geração quer o que todos querem, com a oportunidade de conquistar o almejado. Ocorre que um número de famílias negras/mestiças vem conseguindo refrear, se esquivando de um ciclo histórico de exclusões, ao menos material, de forma a garantir a seus filhos acessos dos quais não puderam se beneficiar. A estratégia das famílias está atrelada, sobretudo, em investimento e ampliação do tempo de educação escolar.

"Quando sobra dinheiro do que você ganha mensalmente, onde você aplica?", interrogava a décima primeira questão no impresso.[36] Metade dos negros entrevistados indicou que a sobra mensal é destinada a cursos de formação e compra de livros.

As respostas no tocante a referências tais como idade, sexo, estado civil e nível de escolaridade, com as alternativas "primário; primário completo/ginásio incompleto; colegial completo/superior incompleto e superior completo", renderam aos autores da pesquisa o registro seguinte:

[36] Ver anexos B, no fim deste trabalho.

> Os dados são eloqüentes quando se compara o grau de instrução dos jovens entrevistados com o do chefe da família. Enquanto só 27% dos pais concluíram o colegial, ou começaram uma faculdade, quase 40% dos jovens já chegaram a esse nível de escolaridade. Treze por cento dos pais nem concluíram o primário, enquanto essa baixa escolarização só e repetida por 4% dos jovens. (Cardoso, 1998)

Os jovens negros/mestiços, com mais chances de acesso à cultura escolar que seus irmãos mais velhos, pais e avós, tanto quanto mais expostos ao intenso "bombardeio" das imagens e informações das chamadas *vias de transmissão da cultura de massa*, principalmente, a televisão, demonstram ter expectativas de realização pessoal, bem como ambições de consumo idênticas àquelas manifestas por pessoas brancas.[37]

Entre os afrodescendentes, 54% aspiram ter mais dinheiro; 44% idealizam abrir seu próprio negócio; 43% adquirirem um automóvel, ou trocar o que já possui por outro em melhor estado; 39%, almejam viagens; 29%, ter uma casa.

Tais dados nos são fornecidos pelas respostas ao décimo quarto item da única pesquisa realizada no Brasil, voltada ao objetivo de entrever o perfil do negro brasileiro consumidor. A referida pesquisa foi realizada pela agência *Grottera*, a partir da coleta de um questionário que chegou aos entrevistados, encartados em *RB* número 11.

As respostas apontaram à existência de uma classe média negra composta aproximadamente por 7,5 milhões de pessoas, com poder econômico para movimentar cifras perto da casa dos 50 bilhões por ano. Foram incluídas, nesse número, as famílias cuja renda mensal chegasse ao valor de 2.300 reais ao mês. O contingente de 7,5 milhões, o qual se acredita esteja em franco processo de crescimento, representa cerca de um terço de toda a classe média brasileira. Considerando toda população nacional, um em cada três cidadãos da classe média é negro, ou pardo (Pinheiro, 1999).

Dados atuais obtidos pelo IBGE explicitam que " (...) de cada grupo de dez negros, quatro estão parados na pirâmide social. Dois estão se mexendo, cinco estão subindo" (Pinheiro, 1999).

---

[37] Aqui não se trata de contrapor formação escolar e multimeios, correlacionando esses últimos apenas ao possível papel de massificador de gostos ou, do contrário, apontar o tempo de escolarização que, agora, podem alcançar, como a principal fonte da qual extraem os motivadores para alimentarem o desejo de adentrarem as esferas nas quais venham a usufruir de qualidade de vida exclusiva a uma minoria branca, não se deixando seduzir por valores de uma sociedade eivada de racismo e formas de preconceito com relação a sua população de afrodescendentes. É amplo o número de estudos que apontam o racismo e preconceito nos distintos circuitos e níveis de instituições de ensino brasileira, bem como nos meios de comunicação. Assim, a importância de ambos para explicação do fato citado está relacionada, portanto, em servirem à ampliação do repertório a partir do qual os sujeitos podem interrogar acerca de si, pensar as questões presentes no seu tempo, ou tomar ciência de seus direitos como cidadãos e daqueles dos quais são privados, por exemplo.

unesp

Um estudo do IPEA vem dar respaldo a essa constatação. Calcula-se que, no período de 1992 até 1999, os afrodescendentes da classe média ampliaram em 10% seu potencial aquisitivo.

Hoje os empregadores negros são 22%. A onze anos atrás, não ultrapassavam a modesta soma de 10%. Oficialmente, o número de negros brasileiros é de 45%, quase metade da população, assim, a conclusão na qual se pode chegar é de que o percentual de patrões negros, atualmente, é ainda irrisório. Frisemos, porém, que a importância de tais dados está em registrar não a estabilização, ou retraimento, mas apontar à contínua e tímida chamada *ascensão econômica* dos negros, neste período.

Odo Adão, 63 anos, negro, diretor do Hospital de Câncer, em Uberaba, Minas gerais, em cuja trajetória enfrentou "toda sorte de preconceitos", ainda que não fale em democracia racial no Brasil, ou se mostre compelido a se exibir uma regra, quando se sabe um, dentre exceções do contingente de negros e mestiços brasileiros, declara à *Veja*, na matéria *A classe média negra*, sua percepção quanto a uma de mudança na situação dos cidadãos afrodescendentes hoje.

A revista sublinha que tal impressão é pertinente, quando avalizada pelos números, os quais vem sendo encontrados com respeito a uma fração da população de origem étnica negra e, assim, completa:

> O resultado é que se tornou cena freqüente encontrar uma moça negra na sala *vip* do aeroporto ou um senhor negro esperando mesa em restaurante cinco estrelas. Até bem pouco tempo atrás, esse era um privilegio reservado a negros artistas ou atletas. (Pinheiro, 1998)

A importância atribuída a tais dados pelo mercado, não ressentiu do mesmo modo entre acadêmicos e/ou militantes, aos quais as empresas e seus profissionais de *marketing* tendem a explorar e otimizar toda a matéria que possa se constituir em "fonte de aquecimento dos negócios" quando, para além de estimativas de crescimento da classe média negra, a população afrodescendente segue contabilizando a maior fração da população brasileira classificada *desnutrida/submutrida*, *desempregada/subempregada*, *analfabeta*, *carcerária*, dentre outros predicativos.

Por que não se atentar às contribuições da classe média negra identificada?

Há uma desconfiança em torno dos números captados na pesquisa, os quais, se supõe, não confessam a realidade e podem se constituir em mera ilusão ocasionada pela estabilidade produzida com Plano Real, tendo em vista que, a partir daí, a população

afrodescendente, mestiços e negros, puderam aquisicionar bens os quais a finalidade não os enquadram na categoria *gêneros de necessidade básica*.

A respeito é preciso nos lembrarmos do aprendizado extraído da leitura de *Ciência com consciência* (Morin, 1996). Essa conclusão que encontra o caminho de lançar ao descrédito a propriedade dos enunciados obtidos na pesquisa dirigida por *Grottera* em colaboração com *RB*, acaba se revelando em subterfúgio para se lidar com campos pasteurizados, no caso, negros pobre *versus* negros financeiramente bem situados.

É certo que não tratamos de diminuir os desdobramentos do Plano Real como causa delineadora da situação discutida. Ora, em razão do Plano Real, a fração de afrodescendentes pode empregar parte de sua renda na compra de supérfluos, notadamente, naqueles a ela dirigidos, ser observada como consumidora em potencial pelo mercado e, sobretudo, enunciar, através daí, um discurso desconhecido pela sociedade e que vai de encontro com estereótipos nela difusos: "Negros brasileiros gostam de ser negros."__ a respeito, a aquisição de *RB* é um exemplo.

Existe, por outro lado, o descrédito para com a influência da classe média afrodescendente, quando temos sedimentado a versão de que o chamado *êxito social* de negros e mestiços brasileiros indica necessariamente o seu progressivo desligamento e descomprometimento político para com as questões vividas pela grande maioria da população de origem étnica negra. Todavia, tão importante evadirmos da versão através da qual, somente se admita, por exemplo, que a mulata se realize segundo a imagem a ela atribuída, criada em torno do apelo erótico, é desconstruirmos o estereótipo do negro em ascensão social.

Tão fundamental quanto sabermos do reduzido poder de intervenção político de analfabetos negros, é nos sensibilizarmos quanto à produção, ao modo como manifestam e quais as formas assumidas por contribuições cotidianas da minoria que não vive a realidade descrita sobre o grande contingente depauperado em números estatísticos. Para qualquer direção em que se encaminhem suas contribuições, é um equívoco ignorá-las e homogeneizá-las, tendo em vista o fato disso se representar em perda para própria memória da história da população afrodescendente no país.

Em proporções tímidas, mas nunca vistas, em nosso país, dentre essa minoria, por exemplo, estão os artistas de visibilidade na imprensa, nas redes de tevê abertas, acessíveis a um grande público, enunciando discursos através dos quais exprimem o fato de: serem discriminados, independente de sua condição financeira, fragilizando o suposto de que as

unesp

experiências vividas por afrodescendentes seriam decorrentes de sua condição econômica; entenderem a propalada democracia racial brasileira como mito; terem orgulho de sua procedência étnica, bem como das vitórias sobre os desafios daí decorrentes.

Tal conjunto de acontecimentos conjugado a um contexto no qual sequer o Estado pode seguir afirmando o fato de vivermos a democracia racial provoca reordenamentos que tendem a alterar discursos e o modo como os sujeitos se organizam e oferecem respostas ao tema relativo às relações entre negros e brancos. Contudo, embora se cogite que a visibilidade de "negros de sucesso" sirva para reeditar o discurso de uma sociedade meritocrática, onde o êxito depende muito mais da capacidade individual dos sujeitos em sobrepujarem os obstáculos, é preciso notar outra dimensão aqui não referendada nessa perspectiva.

É a partir do que expressam essas personagens de identificação, as quais são "negros de sucesso" de visibilidade na mídia que teremos, concomitantemente, uma maior visibilidade de elementos prováveis de servir à produção da ineficiência do mito da democracia racial. Deste modo, considerando que o afrodescendente tem as questões de seu universo abordadas apenas esporadicamente em outras vias de comunicação, a revista *RB* passa a se constituir na principal via para tal.[38] Falamos de uma produção da ineficiência do mito que se dá, por exemplo, no ato de termos uma maior divulgação das dificuldades enfrentadas por afrodescendentes em suas respectivas trajetórias pessoais de vida, as quais não somente reforçam o discurso da inexistência da democracia racial brasileira, mas também aquele relativo à "igualdade desigual"[39].

12 A circulação de *RB*: a pressão social exercida

Os negros, ou o mestiço, personificando "gatunos", não raras vezes, violentos, os quais perambulam, no cenário suburbano depauperado das ruelas medonhas; o "manso faz tudo, antigo empregado subserviente às ranzinzices do proprietário da luxuosa residência"; a

[38] Para fazer tal afirmação, consideramos a relação dos fatores seguintes: a abordagem da revista; o caráter não hermético comum às produções acadêmicas, ou cuja linguagem e tratamento de questões suscitem o leitor de repertório especializado, tal como universitários, pesquisadores, militantes, por exemplo; o preço; a facilidade do consumidor/leitor visado adquirir o material__ via correio, no caso de assinantes, ou em bancas de jornais de revistas. A combinação desses elementos tornam *RB* acessível, "popular".

[39] Em uma sociedade na qual a desigualdade é inferida primeiramente pela cor e aos negros não é dado um tratamento diferenciado, se produz uma "igualdade desigual" na relação entre brancos e negros. Os negros não partem do mesmo ponto para concorrerem com brancos, em todos os âmbitos da vida social. A expressão "igualdade desigual" aqui utilizada serve de título ao artigo de Kachani (1995) sobre o debate do sistema de cotas.

unesp

jovem empregada "negra, ingênua, de voz estalida, cômica, da qual sempre se espera o ato estúpido e cuja ausência de critérios a coloca sempre às vias de proferir uma porção de comentários inadiáveis", as "besteirolas inapropriadas", o que a torna "um risco, na sala da crítica patroa branca"; a mestiça, segundo "o perfil caricaturado da mulata, excessivamente saliente em seus rompantes nervosos, quase invariavelmente, em virtude de algum amor desajuizado"; a "velha serviçal, na versão mais clássica da boa preta, gorda e baiana", comprometida com os afazeres da casa da família branca, para a qual, em agradecimento, se dedica com zelo e estima; a garota negra que se realiza "à sombra e pelas realizações da menina branca e frágil"; "a molecagem dos desamparados, dos chamados *negrinhos traquinas*"; "os (as) caboclos (as), ou mandingueiros (as), com suas crendices e visão acientífica da realidade"; "os negros são os desafortunados, os alcoolizados, maltrapilhos", sem quaisquer meios do quais possam extrair o que lhes provenha de dignidade; os "negros, agora, concebidos *crioulos* (a versão caricata confere à expressão, no seu uso popular, negatividade) são a imagem daqueles que se "animam nos fins de semana, se encontram em choças, onde se exibe toda a sorte de certa profanidade da gente retratada como impudica, volúvel", "contagiada pelo som do pandeiro e que rega o cotidiano à cachaça"; são os pouco inclinados ao trabalho e se fisicamente resistentes, honestos e trabalhadores, não aptos ao exercício criativo e intelectual, próprio aos "homens brancos de cultura"; "uma população de escuros focada como o gentio de modos toscos e ríspidos, sem grandes aspirações", um traço contrastante à figura do homem branco de espírito empreendedor; os estereótipos reforçam a idéia de ser negro como o sinônimo daqueles que vivem em condições insalubres, resignados, têm sina ruim: temos aqui construções de visões sobre negros, a que todos nós, os quais experienciamos o contexto da primeira metade dos anos 90, a década de oitenta e os anos que a precedem, pudemos nos deparar.

Essas imagens e referências acerca da população afrodescendente nos vinham construídas nos meios de comunicação, os quais não englobam apenas a mídia impressa e eletrônica, mas todos os recursos de transmissão de mensagens na sociedade.

A (re) geração da imagem negativa do afrodescendente, o preconceito e o racismo se projetam através da visão que justifica o discurso o enunciado. Ocorre que, a realidade vivida pela grande parcela da população negra da sociedade brasileira, sempre foi, oportunamente, utilizada pelos meios de comunicação, como o argumento através do qual se

unesp

podia justificar o fato dos negros figurarem em condições subalternas. Essa postura é assim defendida:

> Então, de 1994 para cá, [isto é, depois do Plano Real] em verdade, essa reinclusão ou inclusão social das comunidades negras veio junto com essa maior inclusão social de setores anteriormente excluídos. O que os publicitários dizem é o seguinte: a propaganda não discrimina, a propaganda não ofende racialmente, a propaganda não quer, não pode, nem deve criar nenhum tipo de antipatia com qualquer grupo que possa vir a consumir um produto (...) O que a propaganda faz, o que a publicidade pretende sempre fazer, é retratar o que acontece na sociedade. (Narchi, 1998, p. 24)[40]

Desconstruir tal lógica, de maneira a evidenciar o preconceito nela difuso, implica observar o fato da representação do que se tem como a realidade da população negra, não ser acompanhada da preocupação de se percorrer e evidenciar o caminho de suas causas geradoras.

A publicação de *RB*, em setembro de 1996, provoca mudanças substancias nesse quadro e, tal como temos visto, na história do jovem afrodescendente brasileiro, história que se entrecruza à história dessa revista.

Antes os negros eram, predominantemente, as figuras que serviam à representação da concepção contrária à visão criada em torno do "ser branco", todavia, agora, podem ver-se e serem tomadas como figuras de *status* social. A essa satisfação da demanda por quantidade de representação, combinada a sua visibilidade positiva, a população afrodescendente respondeu à *RB*, através da receptividade que a permite manter-se como produto de comercialização. Tal elo de cumplicidade que *RB*, inicialmente personificado na imagem de Aroldo Macedo, estabeleceu com o consumidor afrodescendente, acabou se constituindo em informações mercadológicas para as quais, sobretudo, as empresas e agências de publicidade nacionais dariam mostras de estarem despreparadas: negros gostam de ser negros; negros assumem que são negros, como exemplos.

Em primeiro lugar, as empresas nacionais não se dirigiam, ou sequer produziam seus produtos e serviços para o afrodescendente. Ademais, não reconheciam suas necessidades de consumo, as quais nem sempre eram idênticas àquelas do consumidor branco e, principalmente, não sabiam o modo de se comunicarem com o brasileiro afrodescendente, no que tange a sua particularidade de integrar a história de uma fração social categorizada *minoria*.

---

[40] Meios de comunicação e diversidade racial (seminário), Brasília, 1998. 105 p.

unesp

Não seria o caso de termos reavivado na memória a importante contribuição que vinha sendo prestada pelos protestos das militâncias, notadamente daqueles que datam o período do Centenário da Abolição e adquirem enlevo a partir daí, abordando discussões quanto à ausência, sub-representação e/ou má, entenda-se negativa, representação de escuros, em propagandas, telenovelas, livros didáticos brasileiros etc.. É certo que, partindo dos debates promovidos pelos críticos, antes mesmo da publicação de *RB*, as empresas e seus profissionais ligados ao *marketing* publicitário, já fariam algumas raras experiências cuja intenção era incluir, em suas campanhas, e dar a visibilidade positiva ao negro.

O mercado, contudo, necessitou mais do que as exigências a ele sempre remetidas, através do discursos veiculados por militâncias, para investir na oferta de serviços e produtos para o consumidor negro. Enquanto o faturamento, com suas margens de riscos, mas viável, não foi afiançado, despertado a partir de um indicador de consistência, simbolizado no êxito mercadológico do produto *RB*, não ocorreu o ensejo das empresas em produzirem bens e serviços especificamente direcionados para o consumidor negro, ou em concebê-lo receptor das comunicações que mantêm com toda população consumidora em potencial. Isso não nos dá argumento para afirmarmos que o fato das empresas não anunciarem prevendo o consumidor negro se deva unicamente ao desconhecimento de seu potencial aquisitivo, embora essa deva ser compreendida como uma das razões para tal. Assim, com as oportunidades abertas pela chamada *febre dos produtos étnicos*, linhas de produtos foram lançadas, como pudemos observar no setor da cosmética, visando o consumidor negro, evitando, contudo, associar o nome da marca e empresa à palavra negro, ou à idéia da expressão "coisa para negros", utilizada socialmente como forma de discriminar, depreciar, inferiorizando o que se indica.

Elucidativa, nesse caso, é a experiência de Faustino o qual nos confirmava que as indústrias de consumo "querem o nosso dinheiro", embora não estejam inclinadas a assumirem, para um grande público, que produzem e vendem para a parcela de afrodescendentes brasileiros .[41] Vêem, no estabelecimento da relação de seus produtos com a imagem do negro, o prejuízo decorrente da comunicação estabelecida, tão logo os segmentos étnicos mais economicamente favorecidos possam sentir-se secundarizados, no entrosamento com as empresas, ou mesmo, compreendam o acontecimento como uma "traição" ao

[41] O caso do produto da linha *Seda*, de *Elida Hair Institute*, neste trabalho, foi contrastado, ao desempenho, no "setor de étnicos", da marca *Sphere*, nos anexos I.

unesp

comportamento que pode ser exibido através da polida etiqueta social, permitindo a manifestação sub-reptícia e sutil do racismo e preconceito em relação a população afrodescendente.

Com *RB*, ainda que as empresas não invistam diretamente em produtos e serviços para o negro, há uma nítida preocupação em tê-lo, agora, figurando as suas campanhas comerciais.

Mais do que figurar, nessa propaganda, há uma comunicação direta com o afrodescendente. De forma sutil, o texto provoca a recordação de situações constrangedoras ocasionadas pelo despreparo do quadro de funcionários de outras empresas, no atendimento dos clientes de origem étnica negra que procuram seus serviços. Assim, sugere-se ao negro, consumidor potencial, como a alternativa vantajosa, em razão de dispor de profissionais cuja a formação assegura ao negro, um tratamento especial.

RB nº 44, p. 18-9

A abertura, produzida por *RB*, dá ao afrodescendente brasileiro a experiência de que pode ser melhor atendido enquanto consumidor. Tal indicativo de mercado, que já não pode ser desconsiderado, vai ao encontro da orientação dos programas de gerenciamento, isto é, primar pela satisfação do cliente.

Se o ocultamento da imagem do negro não é tão massivo, hoje, ainda permanece o que podemos chamar de "insensibilidade", somada a desconhecimento, para lidar com importantes questões para a quais nos chama a atenção a revista *RB*. Tomemos como exemplo, a associação entre beleza e a cor negra da epiderme. Prova disso é que, após a publicação de *RB*, nas capas e página internas de outras publicações, mesmo aquelas da editora *Símbolo*, o índice de representação de "escuros", para usarmos das expressões de Sodré (1999), não alcança uma média que nos permita falar em sub-representação de negros.

No tocante a essa discussão, concluía Aroldo Macedo, o propósito das empresas nacionais lançarem produtos e serviços para negros abriu o mercado para o setor de agenciamento de modelos e manequins afrodescendentes, no entanto, a grande parte de tais profissionais somente tem *RB* como espaço aberto para esse tipo de trabalho.

INCONFIDÊNCIA

FASHION

Modelos de Belo Horizonte fazem marcha ao Planalto e dão o pontapé inicial no movimento contra a discriminação racial na moda e na publicidade POR WAGNER GONZALEZ, ZU MOREIRA E EDNA CRISTINA

Para serem ouvidos pelas autoridades, os modelos liderados por Adriana Ferreira caminharam 700 quilômetros. Chegaram a Brasília cansados e com os pés em frangalhos. Mas isso, em vez de significar sacrifício, teve para eles o sabor de vitória

São muitos os jovens brasileiros que sonham com a glória das passarelas. Mas poucos (poucuíssimos) desses jovens sonhadores vão alcançar a meta de se tornar uma Gisele Bündchen, a brasileira apontada como a melhor modelo de 1999, ou se transformar na versão latina de Naomi Campbell, a veterana que, aos quase 30 anos, ainda brilha nas passarelas. "A gente sempre procura deixar claro para o pessoal que está começando que a maioria não vai virar top model", diz Liliana Gomes, diretora de [illegible] da agência Elite, uma das mais importantes de São Paulo. Além desse funil, que está entre as dificuldades enfrentadas por aspirantes de qualquer etnia, há as questões que afetam especificamente os modelos negros: os preconceitos e discriminações raciais.

Só que não estamos mais no tempo das lamentações, e sim da ação, como se pôde ver em 20 de outubro último. Nesse dia, 700 modelos trocaram a maquiagem e a roupa de grife pelo tênis e o jeans. Com a mochila nas costas e a revolta na cabeça, o grupo se propôs a vencer os 740 quilômetros que separa Belo Horizonte de Brasília. A idéia era protestar no Planalto contra o pouco ou nenhum espaço que os profissionais negros têm nas passarelas e nas campanhas publicitárias, inclusive as oficiais. O estopim dessa explosão foi a organização do Fashion Week, importante acontecimento da moda mineira, realizado em setembro, no Palácio das Artes.

A CRUZADA DA JUSTIÇA

O que provocou a revolta dos belos afros foi o fato de, entre os 150 participantes do evento, não se ver nenhum negro. Daí o vigoroso protesto liderado por **Adriana Ferreira**, de 33 anos, do grupo Filhos de Zumbi. Ela, que hoje trabalha numa agência de comunicação e está pretendendo montar uma agência, já foi modelo e conhece bem os problemas da área fashion.

46 RAÇA BRASIL

RB nº 41, página 46, janeiro, 2000.

Muitos dos informes publicitários de empresas que objetivam criar elos com o consumidor afrodescendente, através de *RB*, no geral, não sustentam tal relação para além

dessa publicação, ou seja, a publicidade que produzem não vai se transformar necessariamente em *outdoors*, ou estará presente em outras revistas.

Interessante é notar que, embora haja concorrência do espaço publicitário em similares, *RB* é, ainda, a principal via para tal.

"Para, ou sobre negros", essa tendência da qual pouco podemos falar, dada a atualidade dos fatos, e que tem o seu contraponto nas produções mais despertas às interrogações suscitadas com *RB*, se projeta no sentido de tornar exclusivo ao universo dos negros, questões para as quais toda sociedade deveria se atentar.

RB traz às pautas temas relativos à população afrodescendente, os tornando, à mídia impressa brasileira, por exemplo, temas atuais de pertinência. Ocasionalmente, insurgem notas para "falar sobre e para negros". Contudo, um afrodescendente que, no Brasil do fim da década de 90, pretenda adquirir um quadro de informações, acerca do segmento social do qual integra, só pode ter maior certeza de o encontrar nas recentes produções "para e sobre negros", inspiradas por *RB*. Importa, todavia, que essa possibilidade se confirma em elemento de contraste na realidade marcada pela quase completa ausência de campos nos quais as referências de um dos maiores segmentos étnicos da população nacional possam ser transportados e circular na sociedade.

13 *RB*, o sujeito negro e a construção do tema para si

Diferente de nós, os quais tivemos nossas infância, adolescência e adentramos a idade adulta no período que antecede a publicação de *RB*, os afrodescendentes, cujo o tempo de juventude transcorre após essa ocasião, podem contar com uma precária série de referenciais positivos em torno da imagem do negro.

Os jovens afrodescendentes têm hoje, com relação às gerações anteriores, a vantagem de ver negros que obtêm o chamado *êxito na escada social*, os quais favorecidos, atualmente, pela "(...) potência extraordinária da cultura de massas, (...) podem se beneficiar do sucesso numa dimensão desconhecida por seus antecessores" (Cardoso,1998). Esta é um das referências sobre a população afrodescendente abordada em *A cor do sucesso*:

> As estrelas negras da música hoje são os artistas mais bajulados pelas gravadoras.
> (...)
> Pixinguinha, Ataulfo Alves e Cartola (...) Foram todos ídolos, mas a velha-guarda, com exceção de Pelé, levou uma vida humilde, não raro, humilhante. Agora, não. Os negros que estão nas paradas de sucesso e nos gritos de gol são profissionais que lidam com perfeição com a indústria do entretenimento. Cercam-se de empresários e negociam contratos estelares. Entre direitos autorais e shows, Alexandre Pires embolsa todo mês 85.000 reais. Tem mais de 100 ternos no armário (Versace e Armani) e dois carros importados na garagem (um Porsche e uma Cherokee). Para comparar,

unesp

> Pixinguinha, mesmo depois de ter composto o *hit* Carinhoso, e Cartola, depois de As Rosas não falam, continuaram morando nas mesmas casas pobres de antes do sucesso. Cartola só foi gravar seu primeiro LP aos 66 anos de idade. Pixinguinha passou os últimos anos de sua vida bebendo água mineral (...)" (Pinheiro, 1999)

Fatos como esse inserem um diferencial de grande relevância para a história da população afrodescendente brasileira e na formação dessa geração, sobretudo, quando levamos em consideração o fato de que, grande parte de nós, em virtude dos obstáculos produzidos pela ideologia da democracia racial, não cresceu envolvida na atmosfera intelectual de famílias ligadas aos chamados *movimentos negros* mas, em um meio marcado pela ausência de representação, sub-representação e/ou negativa representação do negro.

A multiplicação de sinais de referência que surgem com a visibilidade do negro pode ser considerada muito tímida, entretanto, são eles os reconfiguradores do contexto, abrindo a possibilidade da reconstrução da visão da sociedade com relação a sua população de escuros e dela com respeito a si, enquanto transportam o contraponto, em um cenário carente de uma grande soma de contribuições nesse sentido.

A abordagem de *RB* não somente contempla o ato de dar visibilidade positiva aos afrodescendentes brasileiros, mas influi no sentido de ancorar a evasão dos sujeitos de um campo situacional onde eram levados a experienciarem o jugo de uma vivência calcada nos sentimentos de autodesapreço e reprovação, os quais se traduzem no desconforto em "serem os próprios corpos que os constituem". A partir daí, se firma um relacionamento de proximidade entre a revista e os consumidores-alvo de todas as idades, de tal forma que o acontecimento de lançamento de *RB*, bem como o fato de estar disponível no mercado, por si sós atuam como recursos de promoção e divulgação do produto, amenizando os efeitos da precariedade de estratégias do setor de publicidade de *Símbolo*.

Na imprensa escrita nacional da modalidade da qual integra *RB*, a população de brasileiros escuros jamais recebeu o tratamento que, agora, lhe é oferecido e, quanto mais nos aproximamos de sua história, menos podemos subestimar as motivações que levam a sua aquisição e impacto social.

Antes de se envolverem politicamente com o tema ao qual *RB* perpassa, ou se remete diretamente, isto é, as relações entre negros e brancos no Brasil, é necessário que o segmento de escuros da população brasileira construa o tema para si.

Quais as condições, ou motivações que o afrodescendente tem para tal? Ademais, como se caminhar a essa construção?

unesp

A isso não se interpõem o despreparo advindo de uma formação social dada sob a égide do mito da democracia racial, bem como o ideal do branqueamento, a partir do qual os escuros são levados a conceberem-se o contra-exemplo dos brancos, os quais, socialmente, são tomados como o sinônimo da condição de humanidade?

A identificar e tomar o tema que o envolve, ao afrodescendente brasileiro ainda está a primária, difícil e primordial tarefa de se conciliar e estabelecer ligações de afeto com a sua imagem física, o corpo em sua cor e traços indicadores de sua procedência étnica, o qual sob o peso da educação social, é rejeitado, e a ele são lançadas a culpa dos insucessos, das insatisfações e dissabores cotidianamente vividos. Aqui encontramos uma das mais importantes contribuições de *RB* à fração de afrodescendentes de nossa época, ou seja, ao enfocar o tópico "auto-estima", contribuir para um processo individual no qual o sujeito construa o tema para si.

Conforme Sodré (1999), o maior interesse despertado por *RB* e não por outra publicação a ela contemporânea, a revista *Black people*, se explica pelo fato daquela primeira ter dissolvido as questões abordadas sobre o universo negro na equação "consumo = felicidade". Entendemos, no entanto, que tal interesse despertado está fundamentado em uma equação que pode ser assim precisada: auto-estima = construção do tema para si. A esse respeito, nos recordemos da história de Elisa.

14 O impacto e o perfil de RB: a análise da revista segundo Sodré

> Dar a você, leitor, o orgulho de ser negro. Todo cidadão precisa dessa dose diária de auto-estima: ver-se bonito, a quatro cores, fazendo sucesso, dançando, *consumindo*. Vivendo a vida feliz'. A equação consumo = felicidade funcionou mercadologicamente. Além disso, o sucesso de vendagem e de publicidade da revista impulsionou o agenciamento de modelos negros, assim como negócios correlatos, a exemplo do fornecimento de perucas e apliques para cabelo. (Sodré, 1999, p.253)

Se inicia desse modo a discussão sobre *RB*, em um trabalho, cuja preocupação, não sendo precisamente a revista e o que se desdobra com ela o foco de interesse do autor, ainda sim, ao reservar uma atenção mais detida, no tocante a tais aspectos, nos oferece um quadro consistente de referências acerca desta produção cultural.

Do encaminhamento das questões tratadas por Sodré (1999), podemos depreender que a conformação de uma "espécie de base social", entre os claros e escuros, no Brasil, explicaria o êxito mercadológico de *RB*, ao cooperar para o surgimento e a receptividade da

unesp

natureza da imprensa negra, dos anos 90, a qual essa revista, em sua especificidade, representa.

Compondo tal base, não estaria apenas a constatação de que, sendo de aproximadamente "setenta milhões de cidadãos de cabelos crespos", os quais pudessem ser denominados *negros*, ou, *afrodescendentes*, haveria mercado para leitores da revista. Favoreceram a exposição de temáticas referentes à "singularidade cultural afro-brasileira (cultos, culinária, ritmos etc.)", por "intelectuais de destaque e, às vezes, de editores e jornalistas", bem como o surgimento de "secretarias de assuntos negros", em alguns estados e municípios, e, por parte do governo federal, a criação da Fundação Palmares, incumbida de promover a cultura afro-brasileira. No final de 1996, a eleição de um homem negro para a prefeitura da maior e próspera cidade do país (São Paulo-SP) pôde ser somada como fato relevante, tanto quanto a evidência de "bandas e grupos musicais negros" e seus discursos de "politização de identidade racial". Devem ser contabilizadas aqui experiências nacionais mais remotas, incluindo as contribuições da imprensa negra do passado e as mais recentes publicações do MNU[42], as quais em seu conjunto vão servir à formação de uma "consciência etnicista", isto é, à percepção positiva da pele negra.

Falamos da experiência nacional de repercussão do movimento *Black Soul*, norte-americano, já no término da década de sessenta, a partir do qual se inicia o debate da identidade racial no Brasil, sob um viés mais político, logo, sob a "desconfiança e a severa vigilância das autoridades ditatoriais". Assim, dos anos 70, na efervescência norte-americana de movimentos políticos e culturais relacionados à valorização do negro, provêm, da esfera acadêmica, o afrocentrismo.

O afrocentrismo se desenvolveu das proposições do antropólogo senegalês Cheikn Anta Diop, o qual sustenta, simplificadamente, como contraponto ao rigor ideológico, marcado pela difusão do racismo euroamericano, que o Egito, sendo geograficamente parte da África, deve a ela, o europeu, a sua propalada sofisticada civilidade, dada a influência dos egípcios sobre os gregos. Contudo, se tal afirmação, isto é, do Egito faraônico ser o pólo

---

[42] Siglas para "Movimento Negro Unificado". As linhas "emocionais e ideológicas" do MNU se relacionavam ao intuito de desmontar a ideologia do mito da democracia racial e montar "estratégias anti-racistas". Assim, eram os "(...) discursos reivindicativos e pedagógicos, as preocupações com ordenamento familiar e formação profissional, dando lugar a enunciados de denúncia do preconceito de cor, a análises de consciência discriminatória, a informações históricas sobre colonialismo e escravatura, a esparsos juízos afirmativos da identidade negra que procuram resgatar os valores políticos das lutas anticoloniais na África" (Sodré, 1999, p.242).

unesp

irradiador de todo processo civilizatório, resultar em um "risco acadêmico", o mérito de Diop está em desconstruir a "tradição acadêmica euro-racista", a qual tentava "embranquecer" os egípcios como forma de justificar à humanidade que "fatos civilizatórios valorizáveis", tais como as pirâmides e hieróglifos, seriam produtos originados somente da mente dos homens de tez branca.

Sem maiores significados conceituais, tal como convenientemente Sodré (1999) se apressa em assinalar, a discussão da cor da cútis de duas personagens históricas, relacionadas à filosofia da moral, à ética religiosa, Jesus Cristo e a Virgem Maria, é relevante. Associados à cor negra, sobretudo, em virtude da procedência de ambos, são judeus, tal fator será sugestivo para criação de uma referência de valoração positiva sobre o negro, importante seja aos "obscuros desvãos do imaginário social", e mesmo aos debates emergentes em prol dos direitos humanos e àqueles abertos em defesa do multiculturalismo, tanto nos EUA da década de 60, como em outras partes do globo.

Essa "atmosfera emocional do afrocentrismo" teria concorrido para favorecer a valorização do biótipo negro e, sendo capitaneada pelo mercado brasileiro, tornaria a "novidade" da mídia nacional, sublinha Sodré (1999), isto é, *RB*, fato hoje possível.

Em "Claros e escuros", Muniz Sodré (1999) concentra esforços em discernir relações e compreender a origem do tipo de imprensa negra brasileira dos anos 90, da qual *RB* é uma referência, explicitando que tal processo não finca suas raízes em nossa história mais recente. Contudo, se a nossa intenção for capturar o significado da importância social da produção de *Raça* para as relações interétnicas no Brasil, segundo o olhar de Sodré (1999), sem que o autor, de antemão, tenha se ocupado em se estender acerca dessa nossa preocupação, ainda sim, poderemos identificar a respeito, segmentos significativos.

> revista *Raça Brasil*, uma das várias publicações (*Ebony, Ébano, Black People*) que se dispõem a reconstruir, na virada do milênio, num país em que mais da metade da população é escura, a identidade do sujeito negro com os valores afins aos da sociedade clara hegemônica, isto é, com uma ética baseada em valores estéticos tidos como racialmente positivos. (Sodré, 1999, p. 236)

Essa modalidade de imprensa negra que se desenvolveria, a partir da segunda metade da década de 90, expliquemos, enquanto produto de mercado e também a ele voltada, vai provocar uma grande mudança no discurso mediático sobre o negro. Diferentemente do que ocorrera, em décadas anteriores, agora, tal discurso ressurge mais centrado na estética, tornando seu conteúdo tanto menos político, quanto doutrinário, ou ético,

argumenta Sodré (1999). Assim, se a preocupação com o pêlo capilar não é fato contemporâneo, uma vez que se constituindo em uma marca diferencial entre os "claros" e os "escuros", adquire "valor estratégico" na construção de uma identidade positiva entre afrodescendentes, agora, funciona como propulsor à venda de toda sorte de produtos elaborados e, visando o poder aquisitivo do negro em ascensão, acaba por atualizar e tornar tal preocupação obsessiva.

Enquanto os embates ideológicos, no passado, se travavam entre o Outro/negro e o Mesmo/branco, hoje as relações se movem em sentido distinto, quando um processo, no qual vige as leis do mercado, trabalha para que os limites de tais campos de ação já não nos sejam plenamente identificáveis. Vejamos como tal processo se faz.

> No âmbito do mercado e da mídia, trata-se da construção sígnico-imagística do Outro__ o 'negro', um diferente já não mais singular, mas idêntico a si mesmo na base de traços idealizados de negritude, onde se minimiza a dimensão política em favor da promoção de uma auto-estima individual, estético-mercadológica.
>
> (...)
>
> Constrói-se, assim, por identificação projetiva, uma identidade negra com os materiais fantasísticos (trazidos do culto individualista das aparências) do homem branco. No espelho neoliberal (mercado e mídia), o descendente do africano tem *direito* a uma espécie de 'semiurgia' identitária, que o transforma em um branco diferente __ fenotipicamente *degradé* (já que o paradigma é sempre o da pele clara).
>
> (...)
>
> *A astúcia dessa operação [encaminhada pela imprensa negra que tem laços estreitos com o mercado] está em que ela não impõe nada pela força típica dos afrontamentos no passado, apenas fornece os materiais de uma servidão voluntária.*[43]" (Sodré, 1999, p. 255-6)

De acordo com o autor, tal referida encenação do mercado que toma para si o discurso do multiculturalismo, do respeito à diferença, e nos apresenta suas imagens "euforizantes" de negros emergentes, apenas falseiam a liquidação do racismo, quando consistem, de fato, na sofisticação do discurso que reconstrói a ideologia racista euroamericana entre nós. O processo se faz tal como uma "(...) reduplicação do Mesmo hegemônico através do Outro subalterno" (Sodré, 1999, p. 257). Isto serve tanto à experiência afro-americana, quanto à recente dinâmica entre os afrodescendentes brasileiros.

Tal processo se dá com vistas a um horizonte essencialmente integracionista, ainda que referende o intuito de promover posições políticas voltadas à transformação do cenário presente, marcado por identidades abaladas, tanto por fatores econômicos, quanto culturais.

---

[43] O grifo é nosso.

Na "hierarquização racial", os brancos tomaram para si o "cume", segundo expressão de Pross (1987), e fizeram dos diferentes de si Mesmos, os Outros. Ao determinar a distância do Outro, com respeito aos "degraus" em que se vêem, conceberam a diferença, não também de si, mas deste Outro, o qual por não pertencer ao seu mesmo patamar, a ele não corresponde em semelhança. Assim é que o "racismo" sempre produz uma "desterritorialização", do Outro ou do Mesmo, uma vez que aceitar a semelhança significaria uma proximidade de territórios e de corpos.

Nessa relação, na qual se forja o distanciamento, a expressão raça sublinha a diferença com relação ao Mesmo, o qual "deliberadamente" se vê "isento de qualquer atribuição de etnicidade", uma vez que, diríamos, se impõe a nós como a referência. "Racial", dessa forma, é o termo que vai usualmente servir para designar o Outro, o não hegemônico, enquanto étnico é uma expressão reservada aos "grupos destinados à diferença", em virtude de uma desigualdade social. Teremos, assim, que "(...) 'étnico' é sempre o Outro do Mesmo hegemônico, sempre reinvindicador de uma igualdade." (Sodré, 1999, p. 257). Decorre daí que, tanto a luta pelos direitos civis dos afro-americanos, quanto a "longa e sangrenta" luta dos sul-africanos para exigir a sua participação política e social e contra o *apartheid* são revestidos de um sentido comum, ou seja, têm, em seu horizonte político, a integração.

A assimilação que pode facultar ao Outro a "satisfação de bens de consumo (roupas, cosméticos, bens duráveis)" e dar credibilidade à crença da discriminação de afrodescendentes se dar em razão do "nível" social e não segundo a cor, deixa inatacado o racismo. O racismo segue se reificando de um esforço compelido no sentido de nos assemelharmos à cultura euroamericana. O atual comportamento da mídia nacional, se inclui aqui a imprensa negra dos anos 90, reproduziria essa prática na "(...) lógica assimilacionista da sociedade hegemônica (os claros), que *artificializa* a diferença negra: nariz afilado, cabelos normalizados, rostos moldados por um padrão idealizado (egípcio, grego)[44]" (Sodré, 1999, p. 255-6). Contudo, não seria este o aspecto distintivo da atual modalidade da imprensa negra, nascida na década passada, com respeito as produções que a precederam, explorando as suas mesmas temáticas.

[44] Grifo do autor.

14.1 A imprensa negra brasileira

> A república proclamada, por sua vez, não previa nenhum mecanismo de incorporação do ex-escravo ao regime baseado no ideário liberal. (...)
> Nesse contexto de exclusão político-econômica e de denegação de cidadania real, surge em 1915 a imprensa negra, com o jornal *Menelick*. Depois, apareceram outros como *O Clarim da Alvorada*, *O Getulino*, *A Princesa do Norte*. Até o advento da Nova república, esta imprensa se caracteriza-se pela tentativa de fazer o negro integrar-se na sociedade global: os textos de feitio rebuscado e literário, noticiavam aniversários, casamentos, eventos sociais; veiculavam protestos contra o preconceito racial (...) a moral puritana, valorizada como meio de obtenção de respeitabilidade e equiparação aos padrões brancos. (Sodré, 1999, p. 239)

Tanto quanto aos claros, aos escuros a educação formal era considerada a principal via de mobilidade social. Na ocasião, conviviam, tanto o esforço dos negros de se integrarem à teia competitiva, quanto as "ameaças etnocidas expressas nos discursos médico-eugenistas, ou mesmo antropológicos, que classificavam negativamente o afrodescendente como partícipe do processo educacional" (Sodré, 1999, p. 240).

A Revolução de 30 nos traz a República Nova, bem como a política de educação gratuita do governo federal, o direito ao voto, a possibilidade de reivindicação política e a ampliação de expectativas do negro brasileiro. Em 1931 a *Frente Negra Brasileira* é fundada e o jornal *A Voz da Raça* vai se dirigir contra posições políticas-ideológicas recrudescedoras do preconceito de cor.

> Mas apesar do tom de protesto racial, o horizonte político [do jornal] é integracionista, voltado para o aprimoramento escolarizado da consciência, a fim de melhor acomodar-se à sociedade branca com todos os seus valores (...) pautava-se pelos princípios fascistas do nacionalismo, catolicismo e autoritarismo (Sodré, 1999, p. 240).

Essas publicações e outras, as quais datam o período que antecede ao golpe militar, caracterizadas pela sua breve duração e por um número pequeno de tiragens, foram relevantes à "(...) formação de uma consciência diferenciante, atenta a problemas de socialização específicos do negro brasileiro." (Sodré, 199, p.242) Contudo, na seqüência, a ressalva é incluída. "É também verdade que tudo isso ocorreu principalmente no Estado de São Paulo e que toda essa movimentação não se obteve nenhum ganho social importante (...)" (Sodré, 1999, p.242). Ou seja, para Sodré mesmo "exprimindo os anseios ascensionais de um grupo social, estigmatizado pela cor e origem escrava", do ponto de vista integracionista, toda imprensa negra brasileira do passado, diferentemente da atual, tem seu mérito no fato de ser política, "(...) impelida pela luta anti-racista, ainda que suas estratégias nem sempre tenham se pautado por posições muito nítidas, ou ideologicamente progressistas." (Sodré, 1999, p. 247).

unesp

A imprensa negra que se implanta depois da segunda metade dos anos 90, precisamente com o lançamento de *RB*, seria oriunda das constatações de pesquisas de mercado, destituída do compromisso político orientador de publicações que a precedem. A revista vem na "descoberta dos publicitários de um novo filão do mercado", os escuros, cujo poder de compra não estaria sendo devidamente explorado pelas indústrias de consumo. O que as pesquisas, nas quais vão se embasar, apuravam?

> (...) que os casamentos entre escuros chegam à marca de 60%, que os 'negros' não são homogêneos em termos de consumo, que mais de 69% discordavam que claros e escuros comprariam as mesmas marcas. (...).os negros demonstravam sentir-se discriminados no que diz respeito a itens de consumo (cremes, desodorantes, sabonetes, etc.) tidos como inadequados. (...) um dado de grande peso publicitário: cerca de 71% de entrevistados afirmavam a disposição de adquirir determinados produtos toda vez que a sua propaganda incluía um negro. (Sodré, 1999, p. 252-3)

Contudo, no tocante às referidas constatações alcançadas dessa nascente "espécie de antropologia mercadológica", Muniz Sodré (1999) nos chama atenção aos pontos seguintes.

Tais dados mobilizaram, levando à otimização e euforia do mercado, bem como de profissionais da área do *marketing* os quais passam a tratar tais percentuais como expressão resultante do caminho de uma substantiva mudança nas relações raciais, decorrente de uma economia produtiva e socialmente integradora. Ocorre que tal preceito pode ter se desenvolvido da promoção da tese do "racismo sócio-econômico" o qual "teria algo como um preconceito de classe e cor", pelo fato dos negros e mulatos, uma vez trabalhadores pobres, isto é, assentados na base da pirâmide social, não terem poder de consumo. Todavia, se a acumulação do capital ocorre, a cor do agente consumidor não é relevante, embora, se neutra a respeito, o mesmo não dizemos no tocante "(...) aos modelos culturais de incrementação do trabalho e da produtividade ou às múltiplas formas discriminatórias da civilização tecnoeconômica que se alimentam de uma margem estrutural de pobreza (...)"__ atenta-se Sodré (1999, p.250). É depreendido daí que é perfeitamente compatível dentro do funcionamento de tal modelo econômico, a existência deste um milhão e meio de famílias, negras, dentre a média total das demais trinta milhões do país, cujo poder aquisitivo e oportunidades de consumo, agora, as inserem em um padrão de qualidade médio de vida.

"Na verdade, [__ relativiza Muniz Sodré, quanto às referências feitas a essa hipotética melhoria de qualidade de vida da população afrodescendente__] os produtos anunciados em *Raça* são bens semiduráveis de preços acessíveis, barateados pela produção em massa." (Sodré, 1999, p. 251). A geração de empregos, no mercado informal, desde o influxo

unesp

do neoliberalismo, nos anos 80, contribui para aumentar o percentual da população economicamente ativa, nos explicando essa ampliação dos "emergentes de pele escura". Emergentes dos anos 90, de pele escura, material tratado como "moderno" por profissionais do mercado, não são representantes de uma verdadeira e digna integração socioeconômica dos afrodescendentes.

A euforia com respeito ao tema "nova condição sócioeconômica dos afrodescendentes brasileiros" despertou e encontrou terreno fértil entre os "estrategistas de necessidades (publicitários, técnicos em *marketing*)," mas uma vez que auto-imagem e "(...) auto-estima são mobilizadores poderosos do ego-alvo", o otimismo destes profissionais encontrou receptividade entre os indivíduos de pele escura. A imprensa negra dos anos 90, aos olhos de Sodré, com desdobramentos antes já apontados, ajuíza e estreita aqui seu compromisso, isto é, com os setores especializados do mercado para o escuros que podem consumir. Desse modo, " (...) os modelos de reconstrução mítica da identidade eram ideólogos como José do Patrocínio, André Rebouças, Luiz Gama. Hoje [é sintomático] são atores, modelos, cantores, jogadores de futebol, ou figuras de grande sucesso profissional (Sodré, 1999, p. 254)." Tais personagens de identificação se justificam em um tempo no qual é reacendido o discurso que assinala o êxito social como mérito resultante da capacidade pessoal do sujeito em transformar suas potencialidades individuais em vantagens competitivas.

15 *Raça Brasil*: a revitalização da "escada celestial"

Se anteriormente exploramos as referências de Sodré (1999), recuperando as fundamentações de Pross (1989), o fizemos não somente como forma de demonstrar a inexistência de uma "identidade negra" a qual se forjaria "naturalmente na relação do sujeito com sua própria cor, ou etnia (mentalidade)".

Tal identidade é construída historicamente, no protesto contra o exercício de dominação hegemônica pelos sujeitos de cor clara. Nos importava esclarecer, a partir desse processo, como se dá a reconstrução da ideologia da pirâmide que faz homens de cútis claras e escuras se relacionarem como se vivessem, dia a dia, sobrepostos.

A distância que o Mesmo procura legitimar e contra a qual investe o Outro, no fito de suprimi-la e gozar de todos os privilégios morais e benefícios materiais concentrados entre aqueles dos degraus supremos, permanece, mesmo depois de supostamente ter se instalado no ápice idealizado. Qual a razão?

'Alguns hóspedes do hotel onde me instalei, em Brasília, me confundiram com o porteiro. Isso ocorre também nos *shoppings*. Outro dia, saí da OAB dirigindo meu carro e uma pessoa me perguntou se onde eu trabalhava precisavam de outros motoristas', conta [Cândido Júnior].

Único negro a presidir a OAB [MG] regional, Cândido Júnior é também procurador da República do Estado. (Zolini, 1995, p. 13)

Assim, a crença do comportamento de escuros que investem na lógica da mobilidade, como recurso de minimizar as distâncias entre si e Mesmos, serve muito mais para propagandear a ideologia do "racismo sócio-econômico", restabelecer a orientação do pensamento verticalista, recrudescendo os problemas experienciados por aqueles se vêem situados ao "pé da escada".

Adson Carvalho, 58, entrou numa concessionária para obter informações sobre um automóvel *Mercedes* 300 E mas o vendedor lhe perguntou se, em lugar do carro, não era um caminhão que ele em verdade desejava (...)Adson Carvalho é provavelmente o mais rico dos negros brasileiros. Nasceu em uma favela em Belém (PA), ficou órfão aos três anos e foi criado por tio sapateiro. [3.200 é o número de empregados de sua empresa] Os mal-entendidos racistas são freqüentes em sua rotina (...) (Natali, 1995, p. 14)

"Negro, bem posicionado, na pirâmide social", exposto a situações de racismo e/ou preconceito, Adson Carvalho nos revela de suas experiências que a distância contra a qual lutara é fictícia.

O exemplo abaixo é mais elucidativo.

"Pego um branquelo desses, coloco contra a parede e pego tudo: tênis, relógio, grana...Depois, encho de porrada."[45]

Por que a distância entre os degraus da escada não impediu esse e todos os demais incidentes?

Sequer os muros altos e sistemas de segurança sofisticados podem dar concretude à "escada celestial" de relações, contrariar e impedir o fato de que nossas interações se dão em um plano horizontal, em uma rede de comunicações, dadas transversal, mas não verticalmente. Aqui é adequada, aos exemplos, a discussão encadeada por Pross (1989), se nosso pretexto for discernir diferentemente acerca das situações apresentadas.

Segundo a tradição bíblica, abaixo é o mal, acima é o bem, e o cume é o supremo. Um dragão que protege os pés da escada, evitando escaladas, é o mal. Essa simbologia,

[45] A declaração, em Sodré (1999), a qual nos serve à exploração do aspecto suscitado na questão que a segue, foi retirada, do jornal *A tarde,* de Salvador, em 18/8/97. Trata-se do depoimento dado por A.F., 16 anos, menino de rua.

incorporada pela lógica dos modelos marxista e capitalista, na vida moderna, concebe a cabeça do dragão ao pé da escada como o explorador, um grupo humano de características e interesses particulares, cuja missão é limitar o acesso dos demais homens ao topo da pirâmide social, impedir o seu êxito.

A ideologia da escada é cooptadora, assim, despendemos nossas energias em nos ascensionarmos ao supremo, ao melhor, e passamos a nos relacionar como um edifício de homens sobrepostos. Quantos deixei para trás de mim, na escalada? E a resposta à questão dá ciência da dimensão do êxito social. Contudo, na coexistência real vivemos uns ao lado de outros. Desse modo, todos aqueles que alcançaram o ápice souberam nos dizer que não se tratava apenas de "afastar e lutarem contra a cabeça do dragão ao pé da escada", quando a intenção era experimentar a solidariedade, o respeito, a convivência fraterna.

Para viver e educar para essa solidariedade é importante reconhecer o solo onde se apoia a escada a qual supomos constituir, "(...) ensinar a coexistência real, não a submissão e sobreposição abstratas. Não importa a altura em que se tem colocado os valores, mas quanta reciprocidade e ajuda se permite no solo (...)", no qual estamos todos nós. (Pross, 1989, p.33)

Em Sodré (1999), tal dimensão nos vem apurada do seguinte modo.

> Por isso tem-se revelado insuficiente a redescrição intelectual (sígnica, conceitual e imagística) do Outro posto em posição subalterna pelo mesmo hegemônico. Essa operação limita-se a situar o outro como uma diferença a ser mentalmente reconhecida e respeitada, desde que à distância (territorial, sensível), por ser uma construção de tal diferença um puro artifício (sem organicidade comunitária) da representação modernizante. [que se funda na ideologia da escada celestial.] (Sodré, 1999, p. 259)

Sem o que chama de "efetiva partilha de territórios", de "igualdade de lugares", democracia política e ascensão econômica "em si mesmos nada podem contra a discriminação racial" e as imagens de escuros emergentes apenas "simulam o fim do racismo".

> "parceria plena" implica considerar o racismo não só um fator poderoso na produção da exclusão social, mas principalmente o mecanismo civilizatório (portanto, ocidental e cristão) de rejeição existencial, ou seja, consciente e subconsciente, da alteridade. (Sodré, 1999, p. 258)

Para Washington Oliveto, publicitário, não se trata de uma " simulação do fim do racismo". A respeito declara:

> Já saímos do conceito de raças para adotar o conceito de seres humanos e o racismo tornou-se ridículo neste momento [__momento de "batalha entre marcas", salientemos]. É a hora das diferenças parecidas, em que todas as belezas são observadas de todas as maneiras. (In: Anderson, 1998, p. 32)

unesp

Mas se partilhamos das assertivas de Sodré (1999), a respeito, concluiríamos que a grande mídia, particularmente, a imprensa negra e mercado, com suas imagens e discursos, somente podem nos preparar para que "*aceitemos intelectualmente a diferença*", esgotando seu alcance aí, em virtude de não promover uma real aproximação do Outro, " (...) no qual se reconhece uma semelhança e que implica um outro tipo de divisão na relação de si com si): aquela do lugar a partir do qual se pensa, se fala, se age." (Sodré, 1999, p.259)

Não se trata de concluirmos a favor de Oliveto, todavia, ponderaremos diferentemente acerca da abordagem desenvolvida por Muniz Sodré (1999).

16 *Raça Brasil*: o impacto social para além do surgimento de produtos e serviços para negros

Um produto direto advindo da publicação de *RB* é *Ser 100% NEGRO, o movimento black's beautiful à brasileira*. Compreendê-lo como tal, isto é, uma resposta à discriminação e preconceito que vigem, e não exclusivamente como processo oriundo das dinâmicas do mercado, implica nos situarmos, em um campo de interpretação, onde ambos aspectos possam ser vistos, não como excludentes, mas se inter-relacionando em um contínuo, no qual um, com relação ao outro, se torna concorrente, antagônico, embora complementar à geração de uma mesma face do movimento negro.

À luz dos princípios da ecologia da ação, saltam os fundamentos, através dos quais podemos compreender tal desdobramento provocado pela revista, em um processo de entrefecundação e unidualidade. A relação da revista, em relação ao movimento, não é de direcionamento, mas de fonte que, incorporando os elementos desenvolvidos nas zonas marginais, o regenera, (re) gerando-o. Assim, *RB* tanto produz, quanto é produzida pelo movimento e, uma vez não lhe sendo possível o pleno controle sobre a sua própria repercussão, o dinamiza, sem o fazer. Nessa nota está presente uma outra referência fundamental, isto é, *RB* não é o equivalente ao movimento, o qual se estende para além dela com uma margem de independência de sentido e expectativas de sua publicação mensal.

RB "arrasta" enquanto causa/efeito um movimento do qual ela própria passará a integrar. No término da declaração que nos prestou, Aroldo Macedo alude a tal aspecto. "Agora, a gente tá tendo que reformular para poder acompanhar essa dinâmica. Você imagina

levantar o véu de 90 milhões...? (...) a gente tá tendo que reformular prá poder acompanhar esse... *negócio*.[46]"

Entendemos a revista *Raça Brasil* como meio reflexo, catalisador e irradiador de uma das faces constitutivas do movimento negro: *Ser '100% NEGRO': o movimento black's beautiful, à brasileira*.

Como identificar esse movimento?

[46]O grifo é nosso.

Capítulo I V

"... Muita gente continua engasgada com a nossa *Raça*

(Pode considerar o trocadilho)..."•

• Amélia Nascimento, editora-chefe de *Raça Brasil*, até o 55º número, p. 03, seção Primeira Página.

Introdução

Compreendemos que a circulação de *RB* produziu uma face do movimento negro, o qual denominamos de *Ser 100 % 'NEGRO': o movimento black's beautiful à brasileira*.

Como identificar e conceber a geração de tal movimento, a partir de *RB*? Neste capítulo é essa a matéria fundamental a ser discutida.

A luz das asserções morinianas, podemos encontrar a importância de *RB* para a história das relações interétnicas no Brasil.

1 *Raça Brasil* e a especificidade das dinâmicas decorrentes de sua circulação

A revista *Raça Brasil* é de natureza reflexa, catalisadora e irradiadora de *Ser 100 % 'NEGRO': o movimento black's beautiful à brasileira* afirmávamos acerca de nosso objeto de estudo. Contudo, a exposição desta referência descritiva a terceiros, na ocasião em que buscávamos interlocutores especializados, os quais acompanhassem o desenvolvimento de nosso trabalho, nos defrontávamos com questões invariavelmente circunscritas a um mesmo aspecto. Não nos sendo possível as resgatarmos literal e integralmente, registremos em torno do que se reportavam.

Em que nos baseávamos para insistirmos em designar desta forma o movimento? Onde está e em que consiste o movimento?

Mas o movimento negro não entra em declínio, se estagna exatamente nesta década? A década anterior, anos 80, teria produzido algo no tocante as relações raciais, com a efervescência dos Centenário da Abolição.

Na década de 70, tomados pela influência norte-americana, nós, negros, fizemos o nosso movimento *black's beautiful*. Nossa atuação era incisiva, mais visível, éramos em número e politicamente expressivos. A revista produziu isso?

O alcance e a intensidade da mobilização da população afro-americana não nos leva a ponderar e reconhecer que no Brasil não há nada semelhante? Ou seja, podemos realmente falar de movimento negro no Brasil?

unesp

Tais considerações nos intrigavam, por nos percebermos contemporâneos aos acontecimentos, isto é, envolvidos pela "onda", por um movimento distinto, nutridos e agentes do processo que a engendrava[47].

Seria destituído de maiores significados e implicações, no contexto produzido pelo mito da democracia racial, acontecimentos como: o êxito mercadológico de uma revista direcionada especificamente ao público/leitor/consumidor negro, quando se supunha, por parte dele, uma percepção negativa com respeito a sua origem étnica negra, conclusão que nos colocava na situação de admitir, por extensão, a eficácia da ideologia da democracia racial; a adesão ao mote "100% NEGRO"; especulações acerca do potencial aquisitivo de uma suposta classe média, ou média alta negra; o surgimento das primeiras feiras expositivas, notadamente, na área de cosmética, desenvolvidas por empresas interessadas em satisfazerem as exigências do que têm delineado como uma classe média negra, em estado sempre potencialmente emergente; a preocupação em garantir a visibilidade da pessoa de origem étnica negra, enquanto consumidora, com cuidados no tocante ao significados sociais possíveis de serem suscitados, com a exploração de sua imagem veiculada?

Desse modo, as dúvidas que nos assaltavam não diziam respeito às dinâmicas geradoras de uma face do movimento negro, o qual entendemos sempre em curso, mas, sim, acerca dos fundamentos do ponto de vista daqueles não sensíveis à multiplicação de seus sinais indicadores na realidade. No entanto, a interação com a ótica de outros nos foi importante, por provocar um exercício reflexivo, ante o choque de perspectivas. Acabamos, entretanto, nos demorando no tratamento daqueles questionamentos. Isso se fez necessário porque as fundamentações da leitura acerca de nosso objeto de estudo, a revista *Raça Brasil*, eram controversas. Apressemos algumas conclusões a respeito.

Ao suposto de que, nos anos 90, há um declínio do movimento negro, no Brasil, interrogaríamos se tal leitura não ignoraria as dinâmicas em curso no contexto e, por extensão, o próprio processo de revitalização do movimento negro o qual, nesta década, se reconstrói em novas bases, entre nós.

À crítica, mais veemente, com a qual se aponta a inexistência do movimento negro, nesses tempos, questionaríamos se, desta perspectiva, não se estaria sacrificando,

---

[47] Exibimos, assim, nosso envolvimento pessoal com o tema. Quanto à crítica de que estejamos, por tal razão, aventado muito mais uma impressão de nossas experiências pessoais, nos deixando invadir o campo do passional, de tal forma a inscrevermos nossas ponderações aquém da rigorosidade científica exigida pela academia, recordemos da resposta de Morin à dúvida: "Porquê falar de mim? Não é decente, normal e sério que, quando se trata de ciência, de conhecimento e de pensamento, o autor se apague atrás da sua obra e desvaneça num discurso tornado impessoal?" (1987, p. 26-7)

unesp

sobretudo, o valor do contradito daqueles que protestam individualmente, mantendo-o em aceso.

Na ausência de uma organização estruturada, representativa, aglutinadora e de grande visibilidade, cujos esforços sejam canalizados no sentido de mobilizar um grande público interessado nesta temática,__ isto é, a relação entre negros e brancos, no Brasil__ não nos é sinalizada a inexistência deste movimento, mas uma alteração no modo pelo qual os seus agentes o realizam, se posicionam quanto ao a seu tema e o veiculam.

Duas questões nos são postas, uma vez não concebidas e integradas as múltiplas formas de expressão, enquanto elementos de um movimento negro, nos anos 90, cujo intuito, ainda que não passe de uma frágil percepção entre muitos dos seus agentes, seja contestar os conseqüentes do escravismo criminoso[48] e da elaboração intelectual da elite do século XVIII, através da qual a idéia de identidade nacional insurge aliançada à ideologia do mito da democracia racial brasileira.

O que se toma por movimento?

O que se compreende por protesto?

Resguardadas suas devidas especificidades, afirmamos a existência do movimento negro, no Brasil dos anos 90.

Buscaremos elementos que justifiquem essa assertiva. Nos importará também caracterizar este movimento, o qual denominamos *Ser 100% NEGRO: o movimento black's beautiful à brasileira.*

Abordarmos tais questões implica iniciarmos uma incursão acerca dos conteúdos abordados pelo pensamento ecológico da ação, de forma a termos explicitados os princípios norteadores, os quais dizem respeito ao tratamento das matérias deste trabalho, ao nosso procedimento metodológico, à organização, encadeamento e fundamentação argumentativa com que construímos nossas concepções.

Oportunamente segue o desenvolvimento das questões aqui sinteticamente inferidas.

[48] CUNHA JR, Henrique Antunes (Faculdade de Educação, UFC) Comunicação pessoal, 1999.

2 A socioecologia da ação: os fundamentos teóricos para a identificação de uma face do movimento negro dos anos 90

A expressão "socioecologia da ação" é inserida por Morin. Uma vez referente a nossa opção metodológica de estudo, nos interessa salientar que o pensamento ecológico, em larga medida, dista-se da pretensão de investigar conteúdos da realidade social, em particular, aqueles seccionados e reservados à área da antropossociologia, através da transposição de metodologia de pesquisa considerada apropriada às chamadas *ciências naturais*[49].

A fundamentação do pensamento ecologizado foi esboçada, mediante o seu esforço pessoal, direcionado no sentido de se "evadir" do paradigma de inteligibilidade da ciência clássica[50], o qual promoveu a fragmentação do conhecimento humano, com a sua disjunção em "áreas", e, por extensão, do recurso da "teoria unitária" que, no empenho de suplantar reducionismos produzidos por tal esfacelamento, acabou por reificá-los, através de uma nova lógica (Morin,1987).

O equívoco da "teoria unitária" está em animar uma metodologia que, ao pretender a "junção dos saberes disjuntos", se deixou encerrar em leituras simplificadoras, cuja abrangência não lhes permitem explorar e considerar as singularidades de uma mesma face do real, sacrificando, por conseguinte, a complexidade nela existente.

Morin (1986, p.18) nos chama atenção ao fato de que os conceitos produzidos pelas ciência, os quais nos vem servindo como ferramentas para concebermos a realidade, são mutilados e nos têm levado à ações igualmente rudimentares.

> [Ocorre que] (...) a ciência natural não tem nenhum meio para conceber-se como realidade social; a ciência antropossocial não tem nenhum meio para conceber-se no seu enraizamento biofísico; as ciências não tem os meios para conceber seu papel social e a sua natureza própria na sociedade (...) O conhecimento científico é um conhecimento que não se conhece. (Morin, 1996, p. 20)

---

[49] Em "Ciência com Consciência", Morin (1996) discute que a metodologia de pesquisa considerada apropriada aos conteúdos enfeixados no campo das ciências naturais não somente é imprópria quando transposta àqueles conhecimentos reservados às ciências humanas, por suscitar uma biologização do social, isto é, quando acontecimentos humanos ("quais?") são apurados tal como fenômenos de um organismo vivo. A metodologia da ciência natural é rudimentar em si mesma e para o que tem como seus próprios conteúdos, porque exclui de sua ótica a dimensão humana, a qual os constituem. "Existe em toda a ciência, mesmo na mais física, uma dimensão antropossocial; toda a realidade antropossocial depende, de certo modo (qual?), da realidade física, mas toda a ciência física depende, de certo modo (qual?), da realidade antropossocial." (Morin, 1989, p. 15)

[50] Reporta-se, na verdade, ao paradigma da simplificação o qual denomina enquanto "(...) um conjunto de princípios de inteligibilidade próprios da cientificidade clássica, e que, ligados uns aos outros, produzem uma concepção simplificadora do universo (físico, biológico, antropossocial)" (Morin, 1996, p. 330-1).

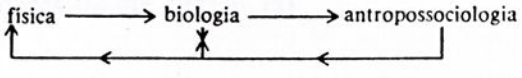
unesp

Desse modo, "(...) a escolha não se situa entre o saber particular preciso, limitado, e a idéia geral abstrata." (Morin, 1989) O pensamento ecologizado não é o equivalente ao olhar holístico.

O "(...) holismo depende do mesmo princípio simplificador que o reducionismo, ao qual se opõe (idéia simplificada do todo e redução do todo)." (Morin. 1996, p. 258) Em obra anterior, Morin aborda esta mesma questão da seguinte maneira:

> (...) quem privilegia o *uno* (como princípio fundamental), desvaloriza o diverso (como aparência fenomênica); quem privilegia o diverso (como realidade concreta) desvaloriza o *uno* (como princípio abstrato). A ciência clássica fundou-se sobre o *uno* reducionista e imperialista, que rejeita o diverso como epifenômeno ou escória." (Morin, 1987, p.139)

Trata-se, portanto, de estabelecer o que parece evidente, mas se torna inviável, quando um "cordão sanitário", nas palavras de Morin (1987), opera a cisão com a qual é distinguida e estancada em áreas a dimensão una, *unitas multiplex*[51], da realidade. Falamos, assim, da relação circular e mútua que figura na constituição da realidade, eminentemente mestiça porque nela todos processos se imbricam, se solidarizam, se comunicam, em nossas interações, mas que às ciências estão apartados porque confinados em suas respectivas áreas disciplinares:



Morin, 1997, p. 15.

A proposta da relação anelar restabelece a relação que foi perdida com a segmentação das áreas do conhecimento, através do enraizamento das áreas entre si. Contudo, a tal proposta é imposto um triplo obstáculo, os "muros enciclopédico, epistemológico e lógico"[52] (Morin, 1987, p. 15-6), diante dos quais a universidade sugere que tal perspectiva

---

[51] A organização constitui um sistema a partir de elementos diversos. Falemos, então, de uma realidade *unitas multiplex*, de um todo global que é uma macrounidade. Compreendamos, entretanto, que o todo, o uno , não corresponde, ou pode ser reduzido ao múltiplo e sequer o múltiplo é o mesmo e pode ser reduzido ao "uno". O "uno" e o múltiplo/diversidade integram-se no circuito ativo: a diversidade organiza a unidade que organiza a diversidade e, assim, sucessivamente (Morin, 1996, p. 260). As partes dispõem, portanto, de sua própria cidadania, dentro da macro unidade. O sistema é aberto à politotalidades. A totalidade, é polissistêmica. (Morin, 1987, p. 139-140)

poliocular seja renunciada sob as alegações de que a) a cada especialista cabe um peça do grande *puzzle* do conhecimento e b) "(...) o saber produz-se não para ser articulado e pensado, mas para ser capitalizado e utilizado de modo anônimo." (Morin, 1987, p.16)

Se reconhecido o fato de que, do conhecimento a nós disponível, pouco dele se conhece, pouco ele próprio tem meios de conhecer, ademais, "(...) é fragmentário e que ignora aquilo que desconhece e aquilo que conhece" (Morin, 1987, p. 19), tais argumentações nos colocam diante de questionamentos de ordem ética.

> Podemos satisfazer-nos com o fato de só considerarmos o indivíduo excluindo a sociedade, a sociedade excluindo a espécie, o humano excluindo a vida, a vida excluindo a *physi*, a física excluindo a vidas? (...) aceitar que o conhecimento se funde na exclusão do pensante, que o sujeito seja excluído da construção do objecto? Que a ciência seja totalmente inconsciente da sua inserção e determinação sociais? (...) Podemos aceitar semelhante noite sobre o conhecimento? (Morin, 1987, p. 18)

Para Morin (1987), a proposta que concebe, um amétodo, não é, por motivos explicitados, uma mera alternativa marginal de investigação, mas decorre das próprias insuficiências da ciência que atualmente se produz.

> Hoje, a nossa necessidade histórica é encontrar um método capaz de detectar, e não de ocultar, as ligações, as articulações, as solidariedades, as implicações, as imbricações, as interdependências e as complexidades.
>
> Temos de partir da extinção das falsas clarezas. Não do claro e do distinto, mas do obscuro e do incerto; não do conhecimento seguro, mas da crítica da segurança.
>
> (...) podemos dispor do anti-método, onde a ignorância, a incerteza e a confusão se tornam virtudes. (Morin, 1987, p. 19)

Formula, assim, o paradigma da complexidade o qual define enquanto o "(...) conjunto dos princípios de inteligibilidade que, ligados uns aos outros, poderiam determinar as condições de uma visão complexa do universo (físico, biológico, antropossocial)." (Morin,1996, p.33) A pretensão é buscar a transdisciplinaridade, através da comunicação, em circuito, dos domínios científicos.

Essa exigência de se buscar a solidarização dos conhecimentos para a construção de um pensamento complexo, se estende no sentido de repropor a todos, situados no campo da investigação, uma nova acepção acerca de sua tarefa e mesmo de sua relação para com o objeto de estudo.

---

[52] A justificativa aos muros pode ser assim sintetizada: é inviável à mente humana abarcar todo conhecimento já produzido; não há recursos metodológicos com os quais possamos estabelecer , entrever e compreender todas as relações contidas em um dado da realidade, o qual se deseja conhecer; ademais, tais interligações nos levariam a um "círculo infernal".

unesp

Cabe ao investigador fazer com que todas as dimensões pessoais constitutivas de sua existência se comuniquem, de modo a não destacar de sua posição de "observador/conceptor" a sua condição de sujeito do cotidiano. Usufruindo das experiências adquiridas em todos os âmbitos de sua vida social, logrará em ter alargado os recursos de seu "espírito cognoscente", de sua perspectiva, com respeito ao foco de sua pesquisa. Embora, o observador/conceptor não seja privado de imprimir ao conhecimento construído a sua subjetividade[53], isso não lhe sobrevêm como prejuízo que acarrete a sua produção a desqualificação, por ausência de rigor científico.

Enquanto à ciência clássica quaisquer sinais de pessoalidade são identificados como erro, aqui somos levados a constatarmos que todo conhecimento pressupõe os alcances e limites da mente de um sujeito cognoscente, o qual está enxertado e dialoga com um meio sociocultural determinado. Com isso, devemos admitir que, em primeiro lugar, não há um ponto de vista supremo do qual um observador idealizado, ou "demônio", possa ter o privilégio de a tudo contemplar (Morin,1987, p. 86-8). A partir daí, e em segundo lugar, todo conhecimento produzido deve ser entendido como necessariamente frágil e não definitivo, perspectiva a partir da qual Morin (1986) nos dirá que a busca do cientista deve se concentrar na apuração dos erros e não na busca das verdades irrefutáveis.

Tais proposições de Morin, nos favoreceu. Lidando com história atual, pudemos nos confessar, em nossas elaborações, do prisma de quem se inscreve dentro do movimento e se compreende como um produto, mas simultaneamente, é produtora dele, e cujas possibilidades, bem como as insuficiências de nosso olhar, os quais a partir daí nos são dados, se relacionam também às motivações pessoais de nosso interesse pelo tema.

As produções acadêmicas, cujos autores, envolvidos com questões relativas às relações interétnicas, falam através de sua procedência étnica negra, são avaliadas genericamente como de menor valor acadêmico, acientíficas (Cunha Jr., 1999). As especulações de Morin, acerca da metodologia de investigação, entretanto, nos facultam, como vimos, matéria para que tenhamos a pertinência dessas avaliações desconstruídas em sua logicidade.

---

[53] "E somos obrigados a examinar o sujeito, a voltar-nos para o observador escondido, e para o que se esconde por trás dele. (...) quem somos nós neste mundo? Donde observamos? Como concebemos e descrevemos o mundo? (...) o problema do sujeito que se nos impõe não é um problema de 'subjetividade' no sentido degradado em que este termo significa contingência e afetividade, é a interrogação fundamental de si sobre si, sobre a realidade e a verdade." (Morin. 1987, p.88)

unesp

Essa construção do pensamento complexo proposto exige, por outro lado, que demos conta do significado do termo *complexus* cujo sentido originariamente diz sobre aquele que "tece em conjunto". (Morin, 1997, p.11) Nesse sentido, somos levados a uma "inspiração em espiral", à percepção das construções sociais originadas de um movimento em circuitos relacionais e isso implica necessariamente em nos desalinharmos da racionalização maniqueísta, para pensarmos a história que transcorre em uma lógica compreensiva. Assim, localizamos uma face do movimento negro, o qual denominamos *Ser 100% NEGRO: o movimento black's beautiful à brasileira*.

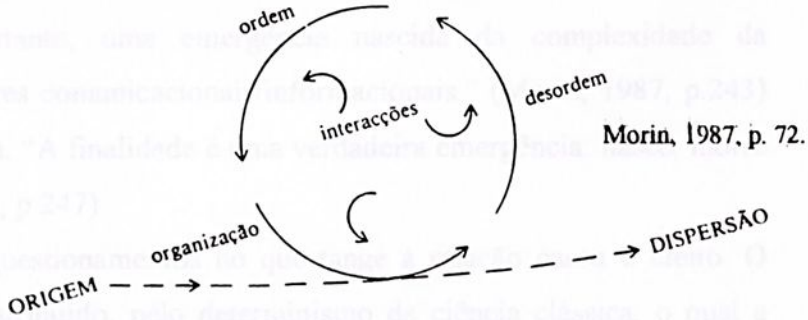
No movimento, as interações comunicacionais são percebidas em uma dinâmica relacional auto-organizadora que lhe é desetruturadora e reorganizadora do próprio tema ao qual se remete. A eco-organização, a teia de relações de comunicações na qual estamos enredados, que nos impõe e nos permite colocar a nós mesmos desafios desestruturadores/reestruturadores, teia na qual estamos integrados como sujeitos ativos, é definida, por tal razão, como uma "máquina de ensinar" (Morin, 1989, p.63). Uma vez desenvolvido aqui este preceito, teremos revalidada a nossa hipótese primeira acerca dos processos de uma pedagogia social, com a qual concebêramos a revista *Raça* enquanto um objeto (re) educativo.

3 Os princípios da ecologia da ação

Um postulado da "ecologia da ação", o qual se aplica a toda e quaisquer decisões e ações político-social afirma que "(...) uma ação se define, não tanto em relação as suas intenções, mas sobretudo em relação a sua derivação." (Morin, 1996, p. 152)

O que pressupõe tal enunciado?

Nossas ações adentram em um jogo social, aleatório e múltiplo, complexo de inter-retroações, no qual um princípio de entropia[54] tende a promover a degradação da energia que as constituía quando geradas.



Morin, 1987, p. 72.

[54] "(...) existe, no tempo do nosso universo, uma tendência para a degradação e para a dispersão, e no que se refere as coisas e aos seres organizados, para a desorganização."(Morin, 1987, p.34)

Depois de lançada no meio, a ação de um agente, ou aquela de um conjunto de sujeitos, se "desenraíza" de seus atores, lhes escapando do controle e de suas motivações primeiras, enfim, da própria finalidade para a qual fora projetada originalmente, de forma a se dissolver e imergir na teia das condições sócio-históricas existentes. Vemos, assim, como os princípios da ecologia da ação, conjuntamente, ocasionam os desvios/transformações das idéias e concomitantemente da realidade.

> numerosas intervenções tecnoquímicas na agricultura suscitaram tantos efeitos contrários quanto os resultados correspondentes para o fim visado. (...) os pesticidas massacraram não só os insetos nocivos a uma dada cultura mas também insetos úteis, necessários às regulações biológicas e à polinização.
>
> (...)
>
> (...) contrariamente à opinião que enraíza a acção no actor, a ação desenraíza-se do actor, quer para amortecer-se nas retroações negativas quer para desencadear retroações positivas inesperadas; a partir daí pertencem, de qualquer modo, mais aos processos ecológicos de que às decisões autológicas. (...) A ação voluntária escapa quase imediatamente à vontade; foge, começa a copular com outras acções às miríadese volta por vezes, desfigurada e desfigurante, à testa do seu iniciador. (Morin, 1989, p.80-1)

Parafraseando Morin (1987, p. 81), isto não se dá porque há uma "cumplicidade objetiva" com o "inimigo real", mas pelo fato da própria vida real ser a complexidade objetiva.

Ocorre que, nossos espíritos, expostos a um mesmo sistema de idéias, se tornam os ecossistemas que o alimentará de suas pessoais, logo, singulares, substâncias cerebrais e culturais. Deste modo, um único sistema de idéias adquire sentido diverso e, não raras às vezes, contrastante, por completo, conforme a ecologia mental, ou cultural que o abriga e se pronuncia a respeito (Morin, 1987). Dizemos, portanto, que a finalidade da ação encetada é redefinida no curso das interações comunicacionais.

"A finalidade é, portanto, uma emergência nascida da complexidade da organização viva nos seus caracteres comunicacionais/informacionais." (Morin, 1987, p.243) Mais adiante, tal idéia é recuperada. "A finalidade é uma verdadeira emergência: nasce, morre e metamorfoseia-se." (Morin, 1987, p.247)

Tal discussão reabre questionamentos no que tange à relação causa e efeito. O sentido convencionalmente a ela atribuído, pelo determinismo da ciência clássica, o qual a

simplificava em reações probabilísticas, preditas, via estatísticas, por exemplo, em Morin (1987), nos insurge revisionado.

A idéia imperativa de causalidade, enquanto processo rígido, linear, estável e fechado é problematizada.

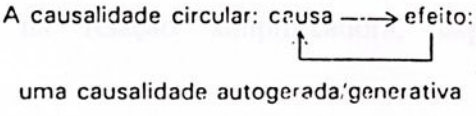
Um efeito sempre obedecerá à finalidade de sua causa?

Uma mesma causa, em espaços adversos, mas sob condições idênticas, engendra sempre os mesmos efeitos?

Ante a tais questionamentos, Morin introduz o pressuposto de que "(...) podia acontecer que *um efeito retroagindo, produzisse efeito sobre a causa e, sem deixar de ser efeito, se tornasse causal da causa, que se torna seu efeito, embora, permanecendo causa*" [55] (1987, p.238). A descrição desta dinâmica insere uma versão original no que tange à relação entre causa e efeito, a qual passa a ser designada como "causalidade circular complexa".

4 A causalidade circular complexa

Se distinguindo da idéia corrente, dada a percepção dos processos circulares de recorrência e retroatividade[56], entre causa a efeito, a lógica de tal dinâmica somente se torna concebível se pensada enquanto um movimento anelar, o qual pode ser explicitado do modo seguinte:



Morin, 1987, p. 239

[55] O grifo é nosso.

[56] A recorrência é definida enquanto processo circular através do qual a organização ativa produz efeitos e elementos necessários à permanência do movimento, movimento que garante a atividade da organização. Uma vez circular, o efeito/produto último deste processo acaba por se constituir em elemento inicial e causa inicial. A retroação, por sua vez, garante a constância e a existência da forma do movimento anelar no que tange à série de anéis constitutivos da totalidade e ao "anel global", em um só tempo, produto e produtor desses. Ainda sim, liga e associa, em organização, os elementos dos anéis, os quais,do contrário, se tornariam divergentes e dispersivos.

O movimento circular não é finito. Na idéia de anel, o final do "(...) processo alimenta o seu começo, pelo retorno do estado final do circuito sobre e no estado inicial: o estado final torna-se, de certo modo, o estado inicial, embora permaneça final; e o estado inicial torna-se final, embora permaneça inicial." (Morin, 1987, p. 175)

Não compreendamos, entretanto, que a produção do movimento anelar ocorra unicamente de um "reforço retroativo do processo sobre si mesmo" (Morin, 1987, p.175). Se fosse desse modo, teríamos apenas ampliada a relação convencional simplista causa→efeito, agora, através do funcionamento circular mecânico. Em outros termos, como veremos, a circularidade, da causa ao efeito, não nos remete a um círculo processual vicioso. Teremos os efeitos que já não mais responderão a uma omnidependência e causas, à omnipotências.

Ocorre que causa e efeito se inter-relacionam e, ao se relativizarem um pelo e no outro, se transformam um no outro. Uma causa não provoca instantaneamente uma reação a qual preserve integralmente a finalidade original. Neste *looping* autoprodutivo, há interações que mediam o curso da causa ao efeito (Morin, 1997, p.18).

Causas e efeitos são, assim, abarcados por um jogo de interações, o qual produzirá efeitos não passíveis de serem depreendidos, antes de sua ocorrência, ou/e via determinação das finalidades primeiras intrínsecas as suas próprias causas. Os germens da aleatoriedade e incerteza, sublinhemos, se fazem presentes nas interações comunicacionais do anel relacional. "Improváveis", ou, inéditos, não passíveis de predição, é o que teremos como produtos oriundos dos encontros, esborando o suposto da eficiência de perspectivas estatísticas futurólogas, pautadas na relação simplificadora, exprimida na síntese mecânica "causa→efeito".

> incessantemente surgem paradoxos de causalidades ininteligíveis no antigo simplismo do determinismo mecânico: as causalidades interagem e interferem umas sobre as outras de modo aleatório: as grandes causas produzem grandes e/ou pequenos efeitos, as pequenas causas produzem pequenos e/ou pequenos efeitos, e a combinação de efeitos esperados, de efeitos inesperados e de efeitos contrários à vida, e, sobretudo, à vida histórico-social, a sua fisionomia própria. (Morin, 1987, p.249)

Chegamos, assim, às condições para que apontemos e compreendamos os dois princípios da ecologia da ação.

O primeiro princípio nos revela o fato de uma ação somente encontrar sua "eficiência ótima" no momento inicial da realização de sua produção, enquanto, o segundo,

unesp

nos informa que as últimas conseqüências de um dado acontecimento não nos são dada por hipótese, extraída de elementos profusos as suas causas motivacionais.

Se por um lado, tais conclusões isentam da responsabilidade a nós autores com respeito à derivação futura de nossas ações, de outro, afirmam o convite para que nos atentemos aos graves riscos de nossos atos. Nossas atitudes podem ter seu sentido transmutado, invertido, enquanto sem que sequer nos apercebamos disto, estejamos a trabalhar a partir delas, em sentido oposto a nossas próprias expectativas.[57] Como trabalharmos com tal margem de incerteza e angústia? Em outros escritos, Morin (1997) desenvolve tal questão.

> Na aposta, pois não temos certeza de conseguir os resultados que queremos; na estratégia, que permite corrigir a nossa ação, se vemos que ela deriva e vai para outro caminho. [_ aqui reside a importância de mantermos nossos esquemas conceituais abertos para diagnosticarmos quando isso ocorre.] (1997, p.23)

5 A história das comunicações interacionais: o acentrismo, o erro e aleatoriedade

Pensar em nossas ações individuais tecendo conjuntamente a dinâmica da história, nos torna co-responsáveis pela natureza de sua atividade produtora. A história das comunicações interacionais não é monolítica.

A organização ativa necessita de atividade, do movimento produzido das interações, criadoras de antagonismos e crises que alimentam-na, lhe enxertando e a acrescendo de novas e constantes possibilidades de desestruturação e renovação, das quais derivarão outras possibilidades desta natureza. Nesse sentido, a fragilidade da organização ativa se relaciona, assim, à estagnação de sua atividade.

A história diz respeito a este próprio movimento, em estado embrionário constante, no qual, entretanto, não encontraremos um único centro polarizador e direcionador de seu fluxo, mas múltiplos pólos irradiadores e deflagradores de tendências, cuja finalidade é relativizada e reesignificada nos encontros interacionais. Concluamos que realidade não comporta, ou se faz de centrismo, mas de centrismos, logo, de policentrismos, portanto, e não paradoxalmente, de acentrismo.

---

[57] "Assim, Szent Györgyi, o 'inventor' da vitamina C, cujos efeitos acreditava serem somente benéficos, descobriu em 1945, que a vitamina C, tinha permitido que as tropas alemãs, privadas de frutas ácidas ocupassem a guerra no *front* russo, e que os marinheiros dos submarinos fossem muito longe de suas bases para afundar navios aliados. Seu hospedeiro alemão declaro-lhe que, sem a vitamina C, provavelmente, a guerra teria terminado dois anos antes. Ao que Szent Györgyi exclamou, dirigindo-se a seu amigo Schneour, que lhe fazia o elogio das virtudes inequívocas da vitamina C: 'Eu sou um assassino, matei milhões de pessoas.' " (Morin, 1986, p. 150)

unesp

Mas o que dizer, então, dos estados supra-nacionais e dos grandes conglomerados das indústrias da informação, os quais mutuamente reforçam seu poderio e ampliam o seu raio controle em nossas vidas cotidianas?

Como admitimos os centrismos, policentrismos e acentrismos, nestas circunstâncias reais?

Ocorre que a totalidade da organização é composta de "(...) outros anéis retroativos que ela gera e regenera tanto quanto estes a geram e regeneram." (Morin. 1987, p.175) O que isto implica?

O movimento das sociedades, mesmo naquelas que vivem em regime totalitários, não sobrevive unicamente de coações, de único pólo difusor, determinador de seu curso. Ao autoritarismo, regras, imposições, as pessoas, individual ou coletivamente organizadas, lhes respondem com "trapaças", a fim de se "desvencilharem". Há sempre uma "dose de anarquia", a força propulsora do movimento porque assegura a necessária constância da atividade que garante a sobrevivência da organização ativa enquanto tal. A desordem produz e é atividade. Ao nos situarmos fora dos limites da lógica determinista, causa→efeito, podemos compreender que " (...) conspirações, maquinações, não orientam o rumo da história, mas se introduzem nele." (Morin, 1986, p.138)

Doravante, também já não afirmaremos que ações emitidas se completam, se justapõem, ou se conectam simplesmente umas as outras, reconfigurando a realidade, engendrando mudanças sociais, dotadas de um caráter aprioristicamente previsível, segundo a lógica de causalidade clássica, na qual se pauta o princípio da história factual. A explicação do circuito da causalidade complexa suscita e propõe uma nova acepção acerca desta discussão. A realidade não é compreendida como a soma de nossas ações, ou seu reflexo direto, mas é policausal e se delineia do que emerge de nossos encontros interacionais. Aqui está uma das conclusões fundamentais desta discussão.

O reconhecimento da aleatoriedade nas conclusões advindas das interações no processo da causa ao efeito, reporta-nos à inconsistência da racionalização política que vê a história guiada por "complôs".

Ora, são as explicações acerca dos complôs comunistas, ora dos complôs anticomunistas, por exemplo. E isso se dá porque o pensamento do racionalizador, caracterizado por "excesso de lógica para com o empírico" e "rejeição da complexidade do

unesp

real", se soma ao maniqueísmo, de maneira a ter seu potencial cognoscente estreitado na "causalidade diabólica".

A endemonização de *RB* é ilustrativa dessa referência. Contudo, a receptividade e longevidade da revista, enfim, o movimento em curso, abreviam exclusivamente a força monolítica de um mercado que conduz cooptados pela mídia, a qual lhes serve dos próprios recursos para sua "servidão voluntária" ?

Ao racionalizador, um fato lhe será sempre "(...) o efeito de um ato-lógico, desejado, premeditado, realizado por um complô inimigo." (Morin, 1986, p. 118) Negligencia o acaso, o qual introjeta a relatividade que enriquece a causalidade e a própria realidade, de maneira a não permitir a exibição da vulnerabilidade de sua lógica egocêntrica. Contudo, a casualidade fortuita é um dos componentes que se fazem presentes nos processos de construção da história das interações comunicacionais.

Ademais, o *homo* não é somente *sapiens*, mas também *demens*, nos recorda Morin (1986). Da mesma demência de que extrai seu poder criador, o qual lhe permite inserir na realidade os inventos mais sofisticados, a princípio, prováveis de melhorarem enormemente as condições da vida humana, produz a loucura e a estupidez. Assim, também o erro adentra aos processos de construção da história:

> o erro, a tolice, a cegueira e até o delírio desempenham um papel muito maior do que o da lucidez e da consciência (...) O racionalizador ignora o papel da burrice na história e por isso, introduz nela sua própria burrice. (Morin, 1986, p.140)

Muitos acadêmicos e/ou militantes não viram no acontecimento da publicação e impacto de *RB* oportunidades abertas. Do mesmo modo, não encontraram a forma de abordagem mais conveniente a qual lhes dessem condições de influírem, junto à produção de *RB*, de forma a coadunarem esforços no fito de terem "suas questões" ali veiculadas. Em outros termos, adotaram uma postura combativa e céptica quanto às possibilidades desse material na sociedade. "__ Só serve apenas para incentivar o consumo." __ recriminavam. Enquanto a revista, mensalmente, chega a uma população carente de informações com respeito ao tema que lhe serve de matéria, as produções acadêmicas têm um raio de alcance e impacto social menos abrangentes.

Tal crítica, contudo, não ponderou sobre os seus próprios fundamentos e ignorou a existência da alternativa de buscar o diálogo através do qual teria favorecido um intercâmbio de universos, o que não significa alinhamento de posição. O emissor saiu arruinado e somente

procedeu quanto ao julgamento, cuja contra-argumentação o despiu. Poderíamos reformular, estender a idéia sem que, contudo, seu sentido fosse prejudicado: "__ Vocês também não falam de integração? Pois bem, falamos dessa mesma integração. Ajudar o leitor negro a ter auto-estima, sentir-se capaz de adentrar e disputar os melhores lugares na cadeia competitiva. Incentivamos o negro brasileiro a se integrar no sistema porque ele é excluído desses benefícios que a sociedade produz para melhorar a vida humana, os quais se concentram entre a população branca. Consumir vagas nas melhores escolas, ser admitido para os melhores cargos, de mais altos salários, e ter poder aquisitivo para usufruir de todos os serviços e produtos de melhor qualidade."

Não somente o erro humano permanece ignorado sob a ótica da mecânica racionalizadora suscitada na linearidade da relação causa→efeito. O pensamento racionalizador que contempla a história linearmente é maniqueísta. Nos reportemos, assim, ao pluralismo da realidade social e a noção de progresso.

6 O "mundo é perfetcho", ou é o fim da história

> Não quero deletar nada. Apesar de abominar, por exemplo, a violência e a corrupção, acho-as conseqüências de nossos atos, pelos quais somos, em medidas diversas, responsáveis. Então, não deleto nem isso, prefiro que o fenômeno [globalização] siga seu curso e produza os efeitos que deve produzir em tal sociedade, sem que eu clique em um botãozinho de 'delete'. Meu amigo Benebê, em Itaparica, sempre me diz, em imperativo sotaque do Recôncavo que o 'mundo é perfetcho'. E, de fato, o mundo é perfetcho. Quem tem de plasmá-lo somos nós. E já pensaram se as coisas fossem como cada um quer? Não, o mundo é perfetcho e não há como mudar isso, a não ser eliminando o nosso livre-arbítrio.[__ responde João Ubaldo Ribeiro à interrogação: 'O que é preciso *deletar* com o *bug do milênio*?'] (Ribeiro In: *Jornal Folha de São Paulo_Mais!*, 1999, p.3)

Enquanto a questão propõe ao receptor um diagnóstico, a partir do qual fossem mensurados os aspectos que, se extinguidos, lograríamos em vermos retratadas as condições ótimas da realidade idealizada, o autor das falas desconstrói o sentido intrincado a tal sugestão, explorando a impropriedade de seu fundamento.

Há impropriedade nos discursos que vicejam a utopia da sociedade funcional[58], pasteurizada, simplificada em consensos, ordem e integração.

---

[58] Morin (1996), fala em uma sociedade funcional, ou funcionária. Funcionária de um exclusivo sistema de idéias que integre a todos. Em prática, não há a funcionalidade pretendida, mesmo com o emprego de coações e violência aonde seus corolários não encontrem receptividade.

Há progresso na regressão e regressão na progressão, assinala Morin (1986, p. 328), assim, o mito do paraíso celestial, no qual reinaria o comunitarismo harmonioso, pleno de liberdade, ausente de conflitos, prossegue sendo reificado. O mito do paraíso celestial não foi eliminado, mas reincorporado e transformado, aventando a construção idílica da sociedade de homens de "entusiasmos sublimes". Agora, entre nós, os mitos de salvação histórica nos vêm personificados em novos messias, nos discursos doutrinários que profetizam os dogmas de seus partidos políticos.

Ao se refugiar na política, o mito do paraíso celestial produziu os fanatismos e seus "novos carrascos", os quais puderam justificar, em nome de seus mitos, a violência contra aqueles que não cabiam nos padrões conceituais de sua "racionalização hipertrofiada". Na história cotidiana do Homem se ajuntam exemplos desta nota. Contudo, é da interação com a diferença, que disporemos de condições para nos descentrarmos, de nos constituirmos enquanto sujeitos autônomos, portanto, com liberdade de escolha. "E já pensaram se as coisas fossem como cada um quer?[59]" (Ribeiro In: *Jornal Folha de São Paulo_Mais!*, 1999, p. 3)

Da variedade de formas singulares de agir e pensar que abriga e suporta uma dada sociedade, proporcionalmente, lhe corresponde o grau de sua abertura. Sociedades abertas são mais complexas e maiores são os números das zonas potenciais de conflitos, de antagonismos, de desordem, de desequilíbrios, de desvios e há riqueza, tanto de elementos com os quais os sujeitos poderão interagir, quanto de possibilidades abertas a partir destes. Tais possibilidades são resultantes do jogo ecologizado que as amplia e delas sobrevive, no combate à fragilidade e eventual desagregação do sistema que pode ocorrer com a obstrução do movimento. Dessa forma, quanto mais plural, maiores as chances da ocorrência de encontros "comunicacionais fraternos", capazes de transformarem as desordens por eles ocasionados, em possibilidades ou, em outro termo, liberdade.

Quanto mais plurais as sociedades, a ética da solidariedade está presente entre aqueles que a integram de forma a terem, assim, salvaguardada a sua liberdade. A ética da tolerância é amparada em três princípios.

---

[59] Ao contrário do que se supõe, a construção da autonomia do sujeito não é incompatível a relações de dependência. Há uma máxima sempre sublinhada em Morin através da qual nos lembra que sem interação não há sociedade. (1997, p. 18-22) Assim, por toda vida, seguimos expostos a uma série de relações de dependência sem as quais estaríamos fadados a viver em um meio precário de experiências. A interação nos possibilita condições de diálogos, de conflitos desestruturadores. Na relação com o outro, nos descentramos. O choque produzido no embate de distintos repertórios nos acresce e nos sensibiliza para novas possibilidades de compreensão e intervenção na realidade. Desse modo, se a sociedade, feita de laços e interações, fosse de acordo com o que cada um deseja, ela se extingüiria na impraticabilidade de assim constituir-se.

unesp

Parafraseando Morin (1997, p.22-4), o princípio número um diz respeito ao direito da livre expressão e foi enunciado por Voltaire, em ocasião na qual respondera a um adversário que, embora suas idéias lhe fossem abjetas, morreria pelo direito serem expressas. O segundo se reporta à construção de instituições democráticas e ocorrência de eleições periódicas, quando o confronto de idéias, sem assumir violência física, é estimulado. De Pascal, um terceiro princípio, o qual nos alerta para que o oposto de nossa mais profunda verdade não seja percebido como erro, mas como uma outra verdade profunda.

Não se trata de abdicarmos dos ideais libertários, os quais nos orientam para promovermos mudanças profundas no quadro social vigente. Refletirmos por essa racionalidade, contudo, nos leva a renunciar à sedução dos sistemas de idéias conservadoras que se põem a revelar os hipotéticos apocalípticos fins da História.

O meu campo, o bem e o espaço do outro, o mal.__ sustenta a crítica. Há mudanças provocadas por *RB*? Céptica, para a crítica, as mudanças são imperceptíveis. As dinâmicas em curso não se projetaram de seu campo, ora, portanto, não consistem em mudanças desestruturadoras, mas resultam apenas do empenho do mercado em sedimentar as relações presentes.

A crítica supõe que somente dela poderemos encontrar os instrumentos mais promissores para termos dissolvida a base a partir da qual se estabelecem as interações entre a população escura e clara. Se a atitude procede, porque faz parte do protesto o "erro criativo", isto é, "só eu consigo fazer" (Pross, 1997, p. 44), no dia a dia, contudo, sabemos todos, que tais campos não são claramente distinguíveis, do contrário, coexistem, se interpenetrando.

Somente o mercado produz essa dinâmica encetada com a produção de *RB*?__ questionamos novamente. Contra a execração de *RB* e objetivando identificar a importância de sua publicação para a história das relações entre claros e escuros, no Brasil, atentemos, assim, para uma outra lógica. Conceber a nossa contribuição e fundamentos, como mais uma contribuição para abertura e aprofundamento do diálogo, isto é, à geração da crise problematizadora, a qual se faz no encontro com a contribuição e preceitos do outro, também uma contribuição a mais.

Não há os caminhos para chegarmos à "terra prometida", ao "futuro radioso" que colimará com o esgotamento de todos os antagonismos, as desigualdades, os conflitos, as crises, a não ser, tal como assinalou João Ubaldo Ribeiro (1999), erradicando o nosso direito de livre arbítrio, com o sacrifício do pluralismo, ao custo já expresso, isto é, com a perda de

unesp

nossa liberdade. No corpo da discussão a sua fala é ilustrativa. "Não, o mundo é perfetcho e não há como mudar isso, a não ser eliminando o nosso livre-arbítrio." (1999, p.3)

7 A organização ativa

É o conjunto das interações que constitui a organização do sistema.

Por interações, são consideradas "as ações de reciprocidade", as quais alteram comportamentos, a natureza dos elementos, dos corpos, dos objetos, ou fenômenos presentes que se influenciam. Tais encontros interacionais, entretanto, somente ocorrem mediante a desordem.

Tudo na organização ativa é ativo, incluindo a desordem que insurge sob a forma de desequilíbrios, rupturas e aumento de entropia. A desordem se constrói no processo anelar que a combate, a rejeita, a supera e a tolera porque dela deriva os encontros, logo os antagonismos, os quais são o princípio genésico, genérico e generativo dos movimentos dos circuitos retroativos e recorrentes.

A organização se organiza, desorganiza e se reorganiza constantemente.

A desorganização é o que Morin chama de atividade permanente da desordem. A reorganização se alimenta da desorganização.

O esquema abaixo é elucidativo do processo de co-produção mútua:

ordem↔desordem ↔interações ↔organização

Vemos que a história das interações humanas se encontra em estado permanente de autoconstrução, de auto-reorganização. Reside aqui um dos maiores desafios à Sociologia, isto é, conceber a sociedade enquanto auto-produtora de si:

> __ os homens fazem a história que os faz;
> __ a história faz os homens que a fazem;
> __ os homens fazem sua história sem fazê-la. (Morin, 1981, p.130)

Se esse último postulado carece de explicações, uma passagem da narrativa da história de *Raça Brasil* é elucidativa, por clarificar a impossibilidade de controlarmos o

percurso da teia de copulação das ações que lançamos no meio, acerca das quais voltam-nos, diz-nos Morin (1987), transfiguradas a nossa própria testa. "A gente tá tendo que reformular prá poder acompanhar ... esse negócio, entendeu...?"__ finaliza o Aroldo Macedo, quando se reporta ao caminho e produto inédito, bem como à construção de elementos degeneradores, desestabilizadores, distintos no cenário que demanda, portanto, ser (re) conhecido em suas novas faces (re) configuradas.

À história das comunicações interacionais é imanente, nas palavras de Morin, esta "dose significativa de aleatoriedade". Vejamos a fala seguinte:

> "A gente entendia que aquela revista poderia ser uma revista que atendesse a um número que a gente não sabia ainda de potenciais leitores..." [Mais adiante, Aroldo Macedo, nos fala da conclusão não premeditada da publicação de *RB*.] "Aí quando a revista saiu, o que aconteceu? É como se você levantasse um véu. Então, o véu foi levantado de uma forma surpreendente prá todos (...) (caramba!!!) Eu nunca vi... As pessoas ligavam, prá redação, cho-rando!"

A história das interações humanas suporta e a ela são intrínsecos tais processos constantes e simultâneos de perturbação, degeneração, de auto-reparação, de ordem e desordem. Cingidas em um processo dialógico, do qual extrairá em seu benefício o próprio "rejuvenescimento", dada a sua permanente dinâmica de reorganização, à história tais características são fecundas porque a permite gerar acontecimentos e fazê-los ruírem.

8 O movimento evolutivo

"A história inova, deriva, titubeia. Muda de trilho, perde o rumo: a contracorrente provocada por uma corrente mistura-se com a corrente e tirando-a do rumo, torna-se a corrente." (Morin, 1977, p. 312) Neste circuito, em perpétuo movimento, não há um fator único predominante, o qual permanentemente lhe produza alterações e defina seu curso. Sendo a realidade multidimensional, a evolução, por lógica, é policausal. Em outros termos, a evolução sequer se constitui em progresso efetivo.

O movimento evolutivo é deriva, desvio, criação, ruptura, perturbação, crise e, não menos, regressões, embora, seu sentido, mormente, relacionado ao "mito tecnoburocrático do progresso linear", obscureça esse aspecto.

O pensamento tecnocrático subordina o significado de evolução ao propalado desenvolvimento do capitalismo e aperfeiçoamento das relações democráticas. Contudo, a esse respeito, a "missão civilizadora" do capitalismo nos mostra a sua ineficiência. Assim, por

unesp

questões endógenas ao próprio funcionamento de auto-preservação desse sistema econômico, as quais se entroncam na relação controle de informações e poder político, vivemos, dentre tantas ameaças, os perigos da bomba atômica. Em outro sentido, uma vez que capitalismo se funda e sobrevive da própria desigualdade do acesso ao bens socialmente produzidos e historicamente acumulados pela humanidade, o grau de sofisticação dos recursos materiais gerados jamais lhe correspondeu em melhorias, em proporção similar, quando consideradas as condições de vida da grande parte das populações do globo. A sofisticação dos vultuosos aparatos técnicos não ressentiu positivamente no terreno do humano, não nos impedindo de seguirmos reinventando novas formas de barbárie.

> *novas formas de barbárie, oriundas da nossa civilização, ao invés de reduzirem as formas antigas de barbárie, despertaram-nas e associaram-se a elas.* Assim, desenvolveu-se uma forma de barbárie racionalizadora, tecnológica, científica, que não só permitiu a eclosão massacrante de duas guerras mundiais, mas racionalizou o aprisionamento, sob a forma do campo de concentração, racionalizou a eliminação física, (...) a tortura (...) (Morin, 1977, p. 325-6)

A evolução técnica, como vemos, não é, por completo, sinal de progressão e isso pode ser notado, desde os processos que cotidianamente recrudescem os problemas trazidos pela poluição ambiental, às próprias relações humanas, as quais periclitantes, tornam a permanência de nossa existência, na terra, uma certeza inconsistente.

O progresso das ciências também é um exemplo. A vastidão de conhecimentos acumulados, benefícios daí traduzidos à vida humana e o poder adquirido pelos cientistas, é compatível ao progresso da nossa ignorância, impotência dos cientistas, bem como a produção de nocivas e mortíferas possibilidades, quando o conhecimento é tomado pelo poder. (Morin, 1996) "Assim, encontramo-nos num mundo que nos surge simultaneamente em revolução, em progressão, em regressão, em crise, em perigo." (Morin, 1977, p. 328-9)

Do pensamento cuja lógica é formulado no esforço de depreender a realidade, para além da racionalização linear, a existência de progresso e regressão, fundidos em um mesmo aspecto, não se revela enquanto situação paradoxal. Tal relação está presente na composição de *Ser '100% NEGRO': o movimento black's beautiful à brasileira.*

Da racionalidade organizada com base na causalidade circular complexa, a regressão é um aspecto constitutivo da evolução, seja porque as dinâmicas dessa não têm força avassaladora de homogeneizar a tudo, ou ainda pelo fato da evolução não ser "fato adquirido", ou seja, ser de caráter temporal. Progressos são locais, provisórios e parciais.

"E essa juventude? Essa juventude que aparece na *Raça*, jovens de classe média, também tem os suburbanos... O que fazem não dão um rosto a esse temp...?__ questionáramos, ao que Aroldo Macedo, em seguida, responderia: "Nãão... isso aí é um micro... universo. Eu estou falando de noventa milhões de negros. Não estou falando em mil e duzentos! Cinco mil... dez mil... Quando você tem uma sociedade realmente reivindicatória... Não 'tô falando de um gueto... Tô falando como um todo! E a sociedade como um todo está totalmente submissa, entendeu? Tá preocupada com suas próprias coisas. Entendeu? Eu não acredito que se esteja atualmente se fazendo atualmente alguma coisa de protesto. [Você não acredita?] Nãão! Não existe! Pelo amor de Deus! Onde é que você tá vendo isso? Não tem em lugar nenhum...!"

Essa interrogação de Aroldo Macedo se repete, abreviada nas discussões que nos motivaram a essa incursão.

Estão todos à espera do conveniente "cataclisma valente", do qual nos fala Bloch (1987), da força avassaladora que operaria transformações radicais?

Na ausência de respostas definitivas que encerrariam os "nossos problemas", nos levando ao "futuro radioso", com o que contaremos?

9 A percepção da história do movimento negro: a ascensão ou descenso?

Enquanto a rigidez mecanicista nos dificulta apurar fontes de inovação e transformação e, contrariamente, a sociologia sensível aos dinamismos somente lhe distingue fluxos e ações, é através do movimento ininterrupto[60] de causalidade circular complexa que poderemos compreender como simultaneamente, podem ser compreendidos forjando um mesmo sistema, ou correspondendo a uma dimensão dele. Em outros termos, através do movimento anelar nos é inteligível como um "(...) sistema invariante se transforma, isto é, [podemos] conceber o que faz com que a invariância varie." (Morin, 1986, p. 116-7) Encontramos aqui o que nos explica a inviabilidade de submetermos e reduzirmos a uma idéia homogeneizadora de desenvolvimento, tanto o heterogêneo das faces constitutivas da realidade, quanto a multiplicidade de faces de um mesmo aspecto dela. Assim, por exemplo, afirmar o descenso, ou mesmo a inexistência do movimento negro, só é possível quando as especulações em torno do tema não lhe vêem em sua trajetória de desvios, os quais ocasionam tendências que o fazem irromper, em um mesmo tempo, sob novas faces. Munir-se dessa percepção, atentar-se aos ruídos, é fundamental àqueles envolvidos na atividade de militância,

[60] Uma vez ativo, o sistema encontra sua estabilidade na constância do próprio movimento de ações, logo é a mudança que lhe garante a constância e vice-versa. Deste modo, o sistema é alimentado em um movimento anelar e o esgotamento do movimento é o risco da degradação e a da sua ruína. Se fala, portanto, em um "dinamismo estacionário", o qual corresponde ao esquema seguinte: "activismo/dinamismo→estacionaridade/constância" (Morin, 1987, 177-9).

os quais assumem o papel político pedagógico de "comunicadores", "catalisadores", "mediadores" e, em cuja atuação, devem ponderar acerca das possibilidades correntes das inéditas e distintas faces constitutivas e oriundas do movimento[61].

Se mudanças são parciais, é preciso educarmos nossa sensibilidade para identificarmos onde reside e em que consiste a mudança, a compreendendo em seu potencial desestruturador das relações, precisamente, interétnicas, já dadas.

No torvelinho das condições presentes, "tudo continua ", "tudo recomeça" e dimensões novas são editadas no curso da história.

> A história não avança maciçamente como um rio. Ela floresce de maneira marginal, desenvolve-se enquanto se desvia, segundo o esquema: inovação→desvio→tendência→norma, ou ortodoxia. (Morin, 1977, p. 331)

Vejamos que inviabilidade de se pensar a história linearmente, passado (conhecido) → presente→(conhecido) →futuro (predizível), se deve a essa lógica, cuja síntese pode ser demonstrada no esquema circular "passado↔presente↔futuro" (Morin. 1977, p. 310).

Como predizer o futuro, se ele nasce no momento atual e acerca deste torvelinho das condições presentes pouco sabemos? "Isso significa que a primeira dificuldade de pensar o futuro é a dificuldade de pensar o presente." (Morin, 1977, p.309) Se o conhecimento do passado, presente e futuro é interdependente e lacunar, devemos admitir que só podemos trabalhar com a incerteza. Aceitarmos e trabalharmos com a incerteza, implica em mantermos nossos esquemas conceituais abertos, alimentados de complexidade, a qual pode regerar e/ou regenerar nossas idéias impedindo, por conseguinte, que as ações delas correntes se amesquinhem e se estupidifiquem, servindo ao surgimento e reforço a novos reacionarismos. Mas se essa constatação é significativa, a respeito de nosso comportamento cotidiano, igualmente sugestiva se revela no que tange à metodologia de organização deste trabalho. Tratando de conteúdos da história atual, precisamente das relações interétnicas, no Brasil, deveremos adotar uma postura a qual nos leve ao que Morin (1996) chama de "história

---

[61] A perspectiva de Morin dá abertura à ressignificação do papel de líderes políticos que é discutido em "O homem: gênio individual, idiota coletivo" , por Rosnay (1997). "Detectar os germes das mudanças e acompanhá-las, mais do que impô-las, aqui reside o papel da mediação. Compreender as grandes tendências e saber fazer a síntese, a partir delas para melhor motivar os atores, é este o papel da comunicação. Acreditar nas condições estruturais e funcionais favoráveis às mudanças para uma combinação de meios sutilmente dosados: assim se apresenta a ação catalítica." (Rosnay, 1987, p. 248-9)

compreensiva", inclinada não ao julgamento dos processos em curso, mas à leitura interrogativa e ciente de seu potencial lacunar.

10 No (re) encantamento com as interações cotidianas, ver os movimentos negros

O conteúdo acima explorado suscita reflexões e articulações que nos alertam para o fato de não seguirmos sustentando o equívoco, comumente notado em discursos, o qual atrela o desenvolvimento atual do movimento negro a uma existência marginal e atuação débil. Do contrário, concebemos o movimento negro enquanto processo fluídico, ininterrupto, o qual sequer pode ser abreviado em adjetivações que diluam sua complexidade real em categorizações teóricas. A afirmação de que o movimento negro é inexistente, compreendemos do mesmo modo, como inconsistente.

Desenvolvemos nossas apreciações considerando que o movimento negro não coincide, ou se faz unicamente da atividade de distintos grupos organizados, de orientações políticas diversas, em torno da conquista de direitos legais, os quais amparem a população de origem étnica negra, minimizando os efeitos nefastos gerados em sua integração maquiavélica, no projeto de passagem à sociedade de classes. Embora seja um aspecto negligenciado, quando o movimento sequer é assim compreendido, há uma atividade cotidiana de produções sociais, em torno do tema, o constituindo e gerando, fora de circuitos ligados às militâncias. Tal atividade nos explica a receptividade e o impacto de *Raça Brasil* no mercado nacional, tanto quanto nos faz atentar à percepção da construção do movimento negro, a partir do que Castro (1997) denominaria *reencantamento com o cotidiano*.

Ora, com isso, enfatizaremos que o êxito mercadológico de *Raça Brasil* não pode ser explicado unicamente por objetivar aquilo a que todos estamos preparados na sociedade capitalista, ou seja, ao consumo, em detrimento do diálogo e reflexão. Do mesmo modo, tal êxito não pode ser buscado em respostas como a "inconsciência e baixo nível de informação de seus leitores", os quais se satisfizeram com o tratamento didatizado da baixa qualidade de informações, esta revelada no nível de profundidade de discussões de temáticas, cujos debates mais recentes a respeito já lhes conferem maior densidade e complexidade.

No Brasil da democracia racial, o racismo euroamericano presente no incentivo à miscigenação que permanece hoje como objetivo, nem sempre confesso, encontra seu contraponto na ação dos agentes do cotidiano. Os depoimento a nós concedidos, por leitores da revista, conferiram embasamento a nossa hipótese primeira, através da qual entendíamos

unesp

haver improbidade em atribuir seu êxito mercadológico ao equacionamento do qual nos falava Sodré, ou seja, "consumo=felicidade" (1999, p. 253). Partimos do pressuposto de que, ante ao impacto inicial e sobrevivência da revista no mercado nacional, deveríamos tomar ambos acontecimentos como indicadores, os quais nos exibem um processo de construções sociais contrárias aos corolários do mito da democracia racial no Brasil.

Tais construções são provenientes da atividade de múltiplas e distintas situações de tematização cotidianas. Contudo, no proceder metodológico da ciência clássica, em proveito da definição de quadros genéricos homogeneizadores, a contribuição da atividade da variedade de unos, destoantes do regular, para tecitura da realidade que vige, não é matéria a ser tratada, mas rejeitada à categoria de escória, tal como nos observara Morin (1987). Quem registra a história, portanto, trata de acomodar em traços genéricos as razões daqueles que se pronunciaram a favor, ou contra, a questão que os envolvia em seu tempo. Nem sempre dispõem de instrumentais metodológicos os quais os permitam reter e abarcar o posicionamento de sujeitos, esses que, entre o sim e o não, construíram outras respostas, ou ao negarem, ou afirmarem, o fizeram motivados por causas distintas. Por tal razão, a história de receptividade de RB, mais precisamente a aquela da fase inicial, nos vêm, nos depoimentos de Aroldo Macedo, como um episódio inesperado.

Negros não gostam de ser negros; a eficiência da ideologia da democracia racial impede o afrodescendente de ter uma relação positiva com seu corpo, sua imagem; mestiços aguardam condições favoráveis, *status* econômico e matrimônio com brancos, para embranquecerem socialmente; na vida diária, expostos a situações de preconceito e discriminação, negros se subordinam aquiescentemente; negros não expõem seu tema, evitando a crítica de que justificam todas as dificuldades enfrentadas remetendo ao preconceito e discriminação de cor, sem discernir acerca de suas potencialidades pessoais, as quais podem construir um percurso de ascensão social ausente, ou não de obstáculos; negros não têm expectativas, ou se empenham para usufruir de condições de vida, na qual possam dispor de serviços e produtos de melhor qualidade; negros acreditam viver o mito da de democracia racial; negros não gostam de negros; no Brasil, brancos apenas toleram, não têm uma convivialidade de igualdade com negros etc.. Poderíamos seguir compondo tal lista, a partir da bibliografia farta sobre o assunto. Importa-nos, contudo, questionarmos.

E quanto aos negros que gostam de ser negros e se relacionam positivamente com seu corpo? Quantos aos negros e brancos que se relacionam e têm laços de fraternidade

efetivos? Aos escuros que expõem suas experiências e contrapõem-se ao argumento de que no Brasil não há racismo e preconceito de cor? Quanto aqueles que não introjetaram a inferioridade a eles imputada, ou aos mestiços cujo empenho não está localizado em angariar capital material, ou cultural, ou traços físicos, por exemplo, os quais o tornem um "branco viável"? E quanto aos que protestam e contrariam o suposto de que os afrodescendentes brasileiros ignoram e adotam uma postura ostracista, ante o preconceito e discriminação?

O fim dessas ações, a quais escapam ao detalhamento do estereótipo do comportamento continuo e habitual de escuros no Brasil, é se tornar elemento para subsequentes interações porque a realidade solidariza e se constitui de todas as nossas contribuições.

As situações corriqueiras da rotina diária produzem a história, entretanto, uma vez não exploradas e, sim, tomadas como irrelevantes, eventuais, banais, temos ampliada a lacunaridade, no apanhado de informações, acerca do tema que construíram. As dinâmicas em curso são compreendidas, assim, como exclusivo produto de comportamentos reflexos de uma sociedade educada para o consumo, ou do poder da mídia em colocar em andamento um processo o qual, entendemos, já se compunha na vida cotidiana dos sujeitos.

Do simplismo reducionista, com o qual apenas se pode capturar estilhaços da riqueza de nossa vida diária, a realidade que experienciamos, o nosso cotidiano, passa a figurar como mero conjunto de microesferas de reprodução do poder. À tal "dureza" emprestada a nossa cotidianidade, "(...) ainda sobrecarregam demasiadamente tal análise com um excessivo centralismo na idéia do que é ordinário" (Castro, 1997, p.171).

Entendida como "mesmice, tédio, rotina" a vida e nossa produção diária é desprezada. Desse modo, a receptividade de *Raça Brasil* insurge, em discursos, relacionada ao poder de controle da ideologia, em razão do qual não nos sentiríamos inclinados a participarmos de campos mais aprofundados de discussão, e mesmo atrelada à incapacidade de nós, consumidores, em estabelecermos relações acerca de nossa condição de excluídos e os fundamentos do modelo de vida e sistema econômico propagandeado pela revista, por exemplo. Embora, de fato, a receptividade da revista tenha se dado em virtude da exploração de tais campos, não podemos deixar de remetê-la ao produto trazido das construções diárias dos sujeitos sociais, o qual avança no sentido oposto à ideologia do branqueamento, isto é, à rejeição do corpo no qual estão e são, processo desencadeado pela especificidade da ideologia racial brasileira e que encontra reforço nas próprias vítimas do preconceito e racismo.

unesp

Alheios a tal produção, isto é, à história não monolítica, a trajetória histórica da revista, em seu 5° ano, nos vem inesperada, enquanto temos atestado o fato da eficiência da ideologia da democracia racial se completar muito mais teoricamente do que nos universos cotidianos dos sujeitos.

11 *Raça Brasil*: um movimento cotidiano de construção de ineficiência do mito

Negros, na capa, vendem, têm orgulho de serem negros e, por tal razão, suas próprias necessidades de consumo, são balizadas por expectativas de uma imagem de sucesso, em todos os âmbitos da vida social. Assim, desconstruídos os três mitos, *Raça Brasil* aponta a uma questão mais ampla que engloba e é explicativa tanto de tais informações, as quais nos são acrescidas, em virtude de sua de publicação, quanto de seu próprio impacto social. Falamos a respeito do intenso movimento de construção da ineficiência do mito da democracia racial produzido na atividade de interação cotidiana dos sujeitos sociais.

A importância histórica da produção cultural *RB* não está relacionada somente ao fato de descobrir "o véu dos 90 milhões", mas de explicitar um movimento cotidiano de construção de ineficiência do mito, movimento ao qual, por se constituir em uma fonte tematizadora, ela própria o integra e produz. Ainda sim, dela temos proporcionada a percepção da produção do movimento negro, em um contínuo processo cotidiano desestruturado, não linear, no qual o mesmo tema é (re) construído de formas inúmeras. Daí o reencantamento com as possibilidades do cotidiano, ao qual nos referimos anteriormente, esse que "(...) não poderia ter sido desprezado, pois, ao fazê-lo, desprezamos a nossa própria construção histórica." (Castro, 1997, p. 183)

Repensar a idéia de movimento negro nesses termos é fundamental tanto para a identificação do que chamamos *Ser 100 % 'NEGRO': o movimento black's beautiful à brasileira*, quanto relevante à consciência de sua forma de construção. "A história não avança maciçamente como um rio."(1977)__ já nos era provocativo os dizeres de Morin, razão pela qual assinalávamos a reorientação do papel de sujeitos envolvidos na atividade de militância política, bem como na intervenção para a geração de zonas de conflitos, portanto, da atividade que o produz.

Capítulo I I I

A história não avança maciçamente como um rio."•

• Por Edgar Morin, em "Para sair do século XX", 1977, p.331

Introdução

O leitor de *RB* não consome o seu conteúdo, mas interage com ele. O consumo da revista se encerra no ato da aquisição. Assim, a principal tarefa de *RB* é expor ao calor dos conflitos (cognitivos) interacionais o tema genérico de referência ao qual se remete. Não é, portanto, o conjunto de informações de cada edição mensal de *RB* que lhe confere o caráter eminentemente pedagógico. Eminentemente (re) educativos são os conflitos e as crises que a publicação *RB* promove, seja do sujeito para com o suas próprias concepções, ou na comunicação que ele estabelece com o repertório de outrem.

1 Tematizar

Cada pessoa deve ter um tema o qual a mova. Alguns de nós encontramos nosso tema individual de interesse na mais tenra infância."(...) Mozart na música, Pascal na geometria, Heine na poesia." (1997, p. 63), nos fala Pross.

Tematizamos, publicizamos, as deixando expostas ao calor dos embates de nossos encontros interacionais, e concentramos grande carga de energia às pautas de nosso interesse, construídas de trajetórias de diálogos que estabelecemos com o meio. Recordemos que o destino de todo produto oriundo de interações comunicacionais não é se projetar no vazio e desaparecer mas, inevitavelmente, seguir, na dialógica da cadeia cíclica de causalidades, se constituindo em substância/causa de subsequentes interações, embora uma parte seja passível de sofrer os processos degradadores. Assim, os grandes temas genéricos de interesse social persistem no tempo e adquirem amplitude, ou seja, através da constância de suas (re) tematizações, da mobilização freqüente de elementos que os regeneram, os impedindo de se dispersarem, se degradarem completamente.[62]

[62] A leitura antecipada da seção 8, neste trabalho, "A tematização promovida por Spike Lee Girl: um impacto desestabilizador e (re) educativo", fornece elementos que podem explicitar essa discussão.

Essa referência é importante por nos oferecer argumento para afirmarmos que, enquanto a questão racial no Brasil permaneça gestada, na interação dos sujeitos, os quais a tomam como seu tema pessoal de interesse, o movimento negro não se sucumbe.[63]

O movimento negro, entendemos, indica uma série de dinâmicas as quais o produzem, uma vez dirigidas a seu tema genérico de referência, ou seja, à especificidade das relações interétnicas, no Brasil, precisamente entre negros e brancos. As construções sociais, decorrentes das tematizações cotidianas, as quais são relativas à atividade gerada em torno de questões tópicas do tema genérico de referência, (re) geram o movimento. Sendo o movimento a atividade, as tematizações constituem-no, isto é, são o próprio movimento.

Desse modo, designamos por situações de tematização as dinâmicas que, individual e/ou coletivamente organizadas, respondem a aspectos focados e que se processam, com base no tema genérico de referência, ao qual são, em seu conjunto, englobadas.

O movimento negro, acêntrico e policêntrico, é revitalizado e se constitui a partir da atividade produzida na multiplicidade de situações de tematização as quais se referem a círculos interacionais, de caráter temporário e circunstancial.[64] Vemos em aberto, assim, uma grande variedade de tematizações, na vida diária, se multiplicando, em torno de eixos diversos acerca desse mesmo tema. A seção de *RB*, "Negros em movimento", é ilustrativa.[65]

Uma tematização não é um protesto, ainda que possa ser formulada enquanto tal.[66]

O tema genérico é, portanto, engendrado dessas distintas tematizações, ou politotalidades, o que o torna resultante de uma policausalidade. Cada situação de tematização, em si mesma, é uma totalidade mas, uma politotalidade, se considerada sua relação com o todo, ou tema genérico de referência.

---

[63] O movimento ecológico e o movimento feminista são exemplos de amplos temas genéricos de referência social, os quais permanecem enquanto questões candentes, em razão da ação dos sujeitos que os fazem circular no meio, a partir daí, sofrendo ampliações, prestadas pela contribuição de outros, de repertórios distintos. Um tema é, assim, desfraldado em subtemas, através dos nexos criados pelos seus agentes de construção. O tema é (re) gerado por sujeitos que o tomam para si, mesmo momentânea e circunstancialmente.

[64] Isso concerne mesmo às organizações políticas de caráter duradouro no tempo. As interações e as possibilidades correntes das interações são sempre distintas.

[65] Ver anexo J.

[66] Explorarmos essa referência implica que nos detenhamos à interrogação: "O que é um protesto?" Em seções seguintes desenvolveremos oportunamente tal questão. Para apontarmos se uma tematização se configura, ou não, como protesto, devemos ter a posse das motivações de seu (s) autor (s). Ademais, é preciso conhecer o tema ao qual é remetido, contudo, se a especificidade da ideologia da democracia racial brasileira tem como produto o esgotar das vias possíveis de exploração do tema, impedindo, assim, sua própria desconstrução, podemos dizer que toda tematização, já no ato de sua construção, independente de sua natureza, contenha um claro princípio de insujeição a algo já tornado como convenção social. Ocultar o tema é considerada uma atitude de polidez social. A expressão "o brasileiro tem vergonha de ter preconceito", explicita tal comportamento, não massivo, mas muito comum, de desconforto do brasileiro em se enfronhar em discussões relativas a quaisquer tópicos pontuais relativos ao tema genérico de referência.

unesp

Das interações com o tema, os sujeitos e o próprio tema saem modificados, acrescidos da experiência, embora nem sempre possamos falar a respeito da natureza de tal mudança.

Ocorre que as microesferas, situações de tematização, produzem microemergências, as quais, no processo de retroação, redelineiam as condições de novas interações e o tema genérico de referência, (re) gerando o panorama a respeito. As tematizações, as partes, se alteram, simultaneamente, ao tema genérico de referência. O tema genérico de referência e as tematizações se enxertam de novos elementos e contornos.

O tema genérico de referência, desse modo, nos apresenta como um quadro amplo que se reconstrói das microemergências provenientes das microesferas. Compreendemos daí que, embora se consubstanciando em uma totalidade, em certa medida, o quadro genérico da especificidade da questão racial, no Brasil, nos revelará ser "inferior" à produção de cada tematização, por não abarcar destas todo seu pluralismo, a riqueza de processos nela desencadeados. Contudo, se o quadro de referência é, sob certo ponto de vista, menor em relação às tematizações, dada a seu caráter abrangente, em outro sentido, por esta mesma razão, se torna superior as suas partes/tematizações. Em um só tempo, as tematizações, o quadro de referência que constróem são, simultaneamente, superiores e inferiores, um com relação ao outro, embora o tema genérico, enquanto todo, comporte as partes, e essas, enquanto tematizações, comportando o todo, se construam mutuamente.

2 Heterogeneidade de tematizações: o surgimento das zonas de atrito como atividade geradora do movimento

Antagonismos em torno do tema genérico, provocam inquietações, dessas vemos originadas outras (re) tematizações em curso, as quais são a própria atividade geradora do movimento negro em produção.

A ausência de homogeneidade, nessa produção desestruturada, sempre nos é apontada como obstáculo à constituição de um movimento negro brasileiro, de fato aglutinador, capaz de fazer instâncias dedicadas ao tema se solidarizarem quanto a uma forma de ação comum, a qual operasse de modo mais incisivo e consistente. Entendemos que a impossibilidade de homogeneização é salutar à abertura de possibilidades para reconstruirmos o modo de objetivarmos as relações interétnicas. Contudo, se tal heterogeneidade não tem se desdobrado na ampliação de zonas de conflitos acerca do tema, somente em partes a razão

pode ser atribuída ao modo pelo qual a ideologia racial no Brasil vem se sedimentando em nossas ações, ao longo da história, ou seja, reforçando e recriando a aparente cordialidade interétnica, enquanto estratégia de auto-preservação.

Os discursos das militâncias se amparam no preciso campo da lógica com a qual se produz as divisões interétnicas. Nos referimos ao olhar maniqueísta, o qual tem obstaculizado a elaboração de um pensamento capaz de ressentir de modo a sensibilizar uma população que se vê mestiça, étnica e culturalmente, e convive em uma realidade mestiça. Se a tecitura da vida social se (re) faz do conjunto de nós agentes, é necessário insistirmos no olhar e em políticas com as quais nos assistamos para além de quaisquer ufanismos, nos dando condições para que atribuamos outro valor à proposta e sentido da mestiçagem.

> Na sua retórica contra as desigualdades raciais, os movimentos negros organizados enfatizam, entre outros, a reconstrução de sua identidade racial e cultural como plataforma mobilizadora no caminho da conquista. Eles preconizam que cada grupo respeite sua imagem coletiva, que a cultive e dela se alimente, respeitando ao mesmo tempo a imagem dos outros... Ora, uma tal proposta esbarra na mestiçagem cultural, pois o espaço do jogo de todas as identidades não é nitidamente delimitado. Como cultivar independentemente seu jardim se não é separado do jardim dos outros? No Brasil atual, as cercas e as fronteiras entre identidades vacilam, as imagens e os deuses se tocam, se assimilam. Por isso, tem-se certa dificuldade em construi identidade racial e/ou cultural "pura" que não possa misturar com a identidade dos outros (Munanga, 1999, p.122-3).

3 A atividade (re) geradora, degeneradora e regeneradora do movimento negro: policausalidades e tematizações plurais

Qualquer esforço teórico em corporificar as tematizações em um conjunto simplificado, nas quais aqueles que as integram e produzem, se comportam homogeneamente, é inviável.

Sendo unidades totais, as tematizações são dotadas de sua própria complexidade e "cidadania" que, não passíveis de reducionismos, cingem uma teia complexa acerca do próprio tema genérico ao qual se reportam. Contudo, essas unidades totais, politotalidades geradoras de policausalidades, redefinidoras do quadro mais amplo da questão e de subsequentes tematizações, não dizem respeito unicamente às ações organizadas coletivamente, mas também àquelas de entes particulares, os quais expõem suas impressões acerca de seu tema, ao calor dos choques interacionais.

Desse modo, quando Morin (1987) sublinhava o fato de concebermos os graves riscos, os quais nossas ações pessoais podem produzir, no jogo ecológico, deveria prontamente, na mesma ocasião, ter salientado as grandes possibilidades que nossas ações

unesp

podem abrir, submetidas ao mesmo jogo. Tomado por este princípio, em "Sociedade do protesto", Pross ilustra tal ponto de discussão, contra-argumentando a respeito da suspeita de que "(...) a idéia de que contradizer (*gegensprechen*), opor-se, dar testemunho [pessoal e individualmente] perante os outros, 'não dá em nada'." (1997, 15)

Ao suposto de que ações individuais, redundam em "nada", tal como, por exemplo, o protesto, sobretudo, em um contexto no qual redes de aparatos técnicos sofisticados de comunicação supostamente nos tornariam entes resignados, ante seu poder de formadoras de opinião, Pross (1997) recorda personagens da história, Jesus, Abraão e Prometeu, cujas respectivas trajetórias relativizam-no.

Pérola Negra[67], negra, carioca, quando fazia sua descrição nas salas de "bate-papo" da rede raramente encontrava interlocutores que mantivessem o entusiasmo inicial da comunicação. Em certa ocasião, intencionalmente, se apresentou, com suas descrições, e não interpelou a nenhum dos visitantes. A conclusão do episódio foi que, alí, manteram-na ignorada. Da sala de *RB*, contudo, dinamizou a proposta de aumentar o seu número de visitantes negros e ao encontrá-los, os incentivou a se empenharem no mesmo objetivo. Em 1999, sugeriu a aproximação pessoal dos integrantes do *Black Chat* de *RB*, o que futuramente levaria à formação de FBC. Um número de 50 pessoas, as quais se auto-denominam *negras*, reuniram-se.

Hoje, agosto de 2000, FBC soma cinco encontros nacionais. Há os encontros regionais e mesmo esporádicos, em média, quinzenais, na participação de eventos culturais, tais como teatro, cinema, *shows*, lançamentos de livros, Congressos, genericamente, referentes ou que tenham a participação de negros, bem como festas de aniversários, de casamentos entre integrantes do grupo etc., sendo muitos dos convites divulgados também pela CIN e, excetuemos aí os encontros que se tornaram semanais/diários, entre membros cujos vínculos extrapolaram a convivência via rede, ou da própria FBC.

Uma reduzida porcentagem de 2% dentre os que se autodenominam *brancos* são assíduos, seja na sala de *RB* e/ou reuniões pessoais, englobando tal número inclusive aqueles que interromperam a participação, mas continuam integrando a lista e recebendo os *e-mails*, sendo comunicados e chamados a participarem das atividades desenvolvidas pela Família. Ultrapassa o número de 3000 endereços de freqüentadores de FBC, neste janeiro de 2001.

[67] *Nick*, ou apelido, de uma das primeiras integrantes a freqüentar as salas de *RB* na Internet.

Ocorre que ações individuais são igualmente susceptíveis de, no jogo ecológico, desenvolverem-se como "(...) as grandes causas [que] produzem grandes e/ou pequenos efeitos, as pequenas causas [que] produzem pequenos e/ou grandes efeitos, e a combinação de efeitos esperados, de efeitos inesperados e de efeitos contrários à vida, e sobretudo à vida histórico-social, a sua fisionomia própria." (Morin, 1987, p.249). Assim, notemos que, mesmo não desencadeando grande alarido, nossas ações individuais produzem impactos, por alcançarem o imaginário de outrem, por afetar-lhe em sua existência.

Uma vez que entendemos o movimento negro enquanto resultante de toda atividade, provocada de tematizações, já não sobrevalorizaremos as ações coletivas, em detrimento daquelas individuais.

Steve Biko, carioca, negro, manifestava na sala do BC o interesse em provocar discussões acerca das situações experienciadas pelos afrodescentes. Lançou e foi acompanhado pelo interesse de outros freqüentadores da sala em apropriar-se do campo construído pela FBC para a criação da CIN.

O primeiro informativo, entregue na apresentação formal da CIN a todos nós, presentes no V Encontro Nacional do *Black Chat*, em novembro de 1999, mais tarde divulgado por *e-mails* da FBC, dispunha o objetivo de "(...) ser um canal aberto para discussão de aspectos relacionados à negritude no Brasil". Hoje a CIN reúne outros, além dos muitos endereços eletrônicos de integrantes da lista de FBC.

À atividade produtora do movimento se inclui o resultado dessas tematizações cotidianas, provocadas por entes particulares, portanto, de todas as plurais e pulverizadas trocas discursivas, em torno do tema.

O movimento negro se constrói de policausalidades, de tematizações de naturezas distintas, heterogêneas, enunciadas pelos sujeitos, cuja eficiência destas está em produzir a atividade em torno do tema genérico de referência, mantendo-o em aceso.

O que isso implica?

4 O movimento se constrói na realidade plural e mestiça

O movimento não se produz do embate de dois segmentos étnicos, negros *versus* brancos, socioculturais e político-econômicos controversos, de discursos claramente distinguíveis, portanto, de duas únicas formas de tematizações díspares, mas homogêneas em si mesmas. Embora possamos tender a essa perspectiva, o fato é que, acerca das relações

interétnicas, precisamente entre negros e brancos, progridem posicionamentos e, portanto, tematizações de natureza tão amplamente diversas, cuja variedade não as tornariam susceptíveis a um enquadramento bipolar.

Compreendamos a sociedade nesse "emaranhado de comunicações" (Pross, 1997) e veremos que nela há uma reciprocidade de trocas discursivas. Assim, não poderemos considerar que o movimento negro seja produzido unicamente no empenho das ações desenvolvidas através de instancias sociais que convencionalmente temos chamado *movimento negro*. O movimento engloba formas de tematização.

Parafraseando Castro (1997), entre trocas, ou mesmo, puro *feedback*, no cotidiano, essa rede de comunicação de distintas linguagens, na qual podemos perceber a interconexão social que compomos e somos, as (re) apropriações pessoais do tema, o tornam, por tal razão, uma construção mestiça. A partir daí, não nos será possível apontar apenas dois discursos, ou sequer pretendermos suas categorizações, tão logo o fundamento destes, sem que queiramos lhes diminuir em importância, possam se dissolver em ambivalências. O movimento se constrói em um contínuo de interações discursivas plurais que se remetem a aspectos tópicos de seu tema genérico de referência, isto é, de suas tematizações pulverizadas.

Nos deparamos, assim, com aspectos dessa ordem, os quais o linearismo, invariavelmente atrelado à perspectiva maniqueísta, tende a ocultar.

Da insuficiência dessa ótica histórica linear, não sensível aos processos interacionais da causa ao efeito, à aleatoriedade, as retroações e degradações, de que se serve o equivoco, através do qual o movimento negro é compreendido como dinâmica iniciada somente a partir da passagem do negro de sua condição de escravo a de cidadão livre. Nesse prisma equivocado, dois aspectos correlacionados ficam encobertos. Um nos diz que, se as tematizações distintas precedem a Abolição, essa é um produto da própria atividade delas geradas. A partir daí, um outro aspecto sobrevem, o qual nos chama atenção para a Abolição como acontecimento que, embora traga em si uma face da resistência dos escravizados, não se constitui como tal.[68] Destas considerações, concluímos, portanto, que o movimento negro é anterior a mudança de *status* legal dos que eram cativos. Resulta daí que o estatuto de cidadãos livres não marca o início do movimento negro, mas se introduz na trajetória de sua

[68] Mas o empenho em afirmar a abolição como produto projetado primordialmente das ações dos escravizados, ou de brancos, encontra sua inviabilidade no fato de que uma sacralização teórica, necessariamente deixaria à margem uma dessas faces. Até para que reflitamos mais aprofundadamente nos processos desencadeados, é importante evitarmos a dissociação de ambos aspectos para produção do acontecimento, ou mesmo incidir no reducionismo de o supor enquanto uma conciliação de interesses.

construção, como substância, ou fator, que irá alterar o conteúdo e a forma das tematizações geradoras da atividade que o produz.[69]

Recuperemos a causalidade circular descrita por Morin (1986) e teremos a percepção de como os acontecimentos, produtos de interações, não se esgotam em si, mas uma vez alimentados nos encontros comunicacionais, se enxertam à cadeia cíclica das interações e seguem, a partir destas, produzindo atividade acerca de si e se transformando. Sobre essa discussão, em Pross (1997), podemos encontrar uma consideração elucidativa. "Na medida em que recapitulemos os protestos dos outros e nos expomos desta forma à avaliação de outras pessoas, estamos cooperando. (1997, p. 31) As opiniões mudam com os temas, os temas com as opiniões." (Pross, 1997)

Se o movimento é atividade, a permanência do tema__ as relações interétnicas, precisamente entre negros e brancos___ aponta à improbidade de se afirmar a sua inexistência. Ademais, um tema de protesto se caracteriza por não ter seu término encerrado em respostas definitivas, ou pela solução formulada por um *magister*, uma vez que o protesto é, em si, uma forma particular de comunicação. Um protesto suscita um novo protesto e, assim, sucessivamente, ou seja, o tema encontra sua continuidade na rejeição de sua completude (Pross, 1989) Vemos, assim, que história do movimento negro somente pode ser vicejada num processo ininterrupto, ocorrendo, contudo, oscilações no que tange a intensidade de sua produção, embora, tal fato não o torne intermitente.

O movimento não pode prescindir da atividade sem a qual estaria fadado a sua extinção e degradação completa. A atividade, recobremos, se faz e engendra conflitos. Dos embates de antagônicas tematizações temos, portanto, a atividade, essa fonte geradora do movimento o qual é própria atividade.

Se constituindo, de nosso prisma, em uma fonte veiculadora de múltiplas tematizações, a relevância da produção de *RB* deve ser relacionada primordialmente à geração dessa atividade, o que responde de forma contrária e nos desalinha das críticas de matizes políticos diversos, as quais no início deste trabalho já foram abordadas.

Isto é, uma vez libertos, agora, na condição social de sujeitos de direitos, a possibilidade de mobilizar esforços e vindicar do Estado políticas que os assistam, não dá origem ao movimento, mas tal possibilidade se faz nele próprio, acrescendo enquanto um novo recurso, o qual altera as contingências de sua produção.

Não obstante ao mito da democracia racial obstaculizar a fundamental maximização de pólos de conflitos, acerca de questões referentes às relações interétnicas, entre negros e brancos no Brasil, ainda sim, vejamos, que o movimento negro é produzido. Cada forma e conteúdo particular de tematização, coletiva ou individual, é uma via de repercussão e produtora potencial de conflitos desestruturadores do mito da democracia racial este que, por se constituir em "ser noológico", também se recria e se regenera nessas mesmas interações e, portanto, restabelecem a peculiaridade das relações interétnicas, entre negros e brancos, no Brasil.

Concebermos a idéia de movimento negro, a partir da causalidade complexa, não linear, mas circular e inter-relacional, implica em desvincularmos a lógica de nossas acepções do que Pross (1989) chamou de "idiossincrasia do verticalismo", a qual insurge reforçada em grande parte da literatura do campo da sociologia. Ao elaborar seus esquemas de estudo e interpretação, a sociologia incorporou e recriou o pensamento mítico e semimítico da escalada celestial, o qual foi reproposto na pirâmide social. Falamos, agora, em escalada social. Os extremos são traduzidos em ricos *versus* pobres; dominados *versus* dominadores e negros *versus* brancos e seguem outras tantas bipolarizações. Os jargões utilizados nesta área são reflexos: descenso *versus* ascenso, estrutura, segmento, dentre outros. Pross (1989) nos chama atenção ao fato de que o uso trivial e rotineiro destas expressões não deixa de produzir resultados na realidade.

Através da nossa linguagem, seguimos dando consistência à imagem mental que recria o real como se vivêssemos uns sob os outros, assimetricamente distantes, quando sabemos coexistirmos sobre o mesmo plano, uns ao lado de outros, em incessante troca, permuta, interação. O que isso introduz em nossa discussão?

Somos expostos e vivemos em esferas interacionais, de caráter temporário, que transcorrem em um mesmo plano. Isto altera profundamente a lógica a partir da qual deveríamos nos pensar.

Os escuros não estão à margem, ou excluídos aos degraus inferiores da escada social, mas incluídos maquiavelicamente dentro de um mesmo sistema de interações, de forma a ter reguladas, a partir delas, as possibilidades de acesso aos bens, tanto materiais, quanto culturais, socialmente produzidos e historicamente acumulados. Essa percepção tem como contraponto, a visão seguinte, a qual se expressa em uma discussão de Milton Santos (1995):

unesp

> A reparação é necessária. Na medida em que uma comunidade é secularmente posta à margem, a nação tem que se ocupar dela. Os negros não são integrados no Brasil. Isso é um risco para a unidade nacional." (In: Stycer, 1995, p. 8)

Ocorre, entretanto, que a ideologia não se produz somente no campo situado nos degraus superiores, chegando até nós por coerção. Por sua vez, a atividade de desconstrução do mito não se faz entre nós, situados nos "patamares inferiores da escada social". A escada social não se concretiza como realidade. Compartilhamos e integramos um único plano, de uma realidade que se constrói solidarizando todas as nossas contribuições. Ambos os processos, de desconstrução e (re) construção do mito, se inscrevem neste mesmo plano, se constituindo em fontes, há um só tempo, concorrentes, antagônicas e complementares à geração do tema. Assim, quanto à discussão de Santos (1995), a qual referenda diretamente um segundo aspecto, ou seja, as políticas de reparação, a perspectiva de que vivemos uns entre outros nos alerta para as limitações destas mesmas políticas.

Tais políticas buscam delimitar os campos, bem *versus* mal, ou negros *versus* brancos, para precisarem o alvo de sua ação, ou o grupo a ser assistido, quando a inexistência da escada social, deveria nos recomendar que toda a sociedade se constituísse no raio objetivado por projetos (re) educativos, direcionados ao tema relativo à especificidade das relações interétnicas. Nossas palavras não equivalem à postura advinda da retórica da mestiçagem, presente no discurso oficial, a partir da qual se julga como forma de se tornar inviável as políticas afirmativas, a partir da conclusão de sermos todos mestiços. (Munanga, 1999, p. 123)

Cidadão norte-americano negro, filósofo, beneficiário do sistema de cotas, Cornel West, embora avalie positivamente o resultado de políticas desta natureza, declara uma postura bastante modesta quanto aos seus resultados, dado seu caráter paliativo. Para além da prosperidade material de uma fração afro-americanos, o racismo e o preconceito permanecem em sua forma mais contundente nos EUA (In Kachani, 1999, p. 95). À visível estabilização no modo de se pensar a relações entre negros e brancos, brancos *versus* negros, e necessidade das ações afirmativas, entre nós, apontam a demanda de uma crise para a (re) geração e regeneração das políticas ponderadas sobre esta lógica, sobretudo, quando se compartilha do princípio seguinte.

> O afeto capaz de levar à abolição do racismo é o sentimento (visão e ação) que abole a distância ontológica (psíquica e territorial) entre o Mesmo e o Outro. Nasce, portanto, de uma comunidade, de uma parceria (trocas, interações, trabalho conjunto, convivência

> prolongada) entre singularidades e não de uma cívica e piedosa tolerância democrática. Não se trata apenas de *isonomia* (igualdade perante o sistema jurídico e social), mas principalmente de *isotopia* __ igualdade dos lugares. [ou, o que chama de "efetiva partilha de territórios"] (1999, p. 262)

Mas se aos movimentos, politicamente organizados, lhes escapam a coerencia dessa discussão, encontrando a justificativa de seu proceder, o qual não se desalinha da "idiossincrasia do verticalismo", no fato de operarem, buscando na mesma lógica da dominação que produz a hierarquização racial, os instrumentos de luta para sua desconstrução, apontemos a uma equivalência, diante do fato de *RB* assim o fazer, ao traçar a orientação de sua produção.

Desse modo, se a estas ambas formas de tematização não atribuímos toda coerência capaz de nos oportunizar a resposta provável de dissolver o problema acerca do tema ao qual se dirigem, deles são válidos o potencial gerador dos campos de diálogos e encontros que abrem e ampliam, a sua força tematizadora, produtora do movimento, através da qual múltiplas e novas respostas se repropõem.

Ademais, quanto a este esforço de delimitar, com precisão, onde reside o bem e o mal, hoje já somos capazes de compreender tanto que "na realidade as coisas não tão claras", quanto o fato do inimigo, ou o mal, se encontrar também dentro de nós mesmos (Morin, 1997, p. 24), motivo pelo qual nossos discursos podem se dissolver em ambivalências. Podemos, a partir daí, conceber a construção do movimento negro, eminentemente mestiço, em um processo espiral, no qual aspectos inovadores do tema, podem trazer elementos reacionários, enquanto partes constitutivas, simultaneamente, concorrentes, antagônicas e complementares a sua composição. Observando desta perspectiva, identificamos e denominamos uma face do movimento negro, a qual se dinamiza com a publicação de *Raça Brasil*.

Se nos sabemos vivendo em uma horizontalidade, farta de trocas e de encontros comunicacionais, compreenderemos que a teorização maniqueísta de um mundo dual e simplista não corresponde à realidade, tão amplamente plural, mestiça, quanto complexa. Notar a idéia de um pensamento mestiço, desenvolvido de encontros interacionais, é crucial, quando nos reportamos à história das relações interétnicas no Brasil.

unesp

5 Repertórios mestiços e a produção desestruturada do movimento

De fato, entendemos haver razoabilidade em se afirmar que a miscigenação "(...) é uma balela da democracia racial, a maior mentira nacional do Brasil(...) () O inter-casamento foi promovido na medida em que existe socialmente como fruto de uma compulsão social racista de 'melhorar a raça'(...)" A miscigenação interétnica produziu efeito e adquiriu sentido contraditório ao que teríamos como processo miscigenador, ou seja, tornou possível a expansão e imposição dos valores eurocentristas e, inclusive lhe creditou maior visibilidade a partir disso. Contudo, isso não deveria nos tornar propensos a sacrificarmos a mestiçagem, a nos evadirmos a um outro extremo, negligenciando que esta segue se produzindo de nossas interações.

Não se trata de compartilhamos do pensamento freyreano, o qual inscreve o conceito de mestiçagem em uma lógica integracionista que viria embasar e dar fundamento à ideologia da democracia racial (Medeiros, 1984). Por outro lado, entendemos que imbricamentos prosperam de forma a nos conduzir à mestiçagem, não apenas étnica, os quais já não nos oportunizam meios possíveis de regressarmos a partir daqui, identificarmos e construirmos a verdade de um pensamento originariamente negro, ou branco. O que temos feito e como viremos a tratar a nossa condição mestiça, contudo, é o fundamental.

Para Medeiros (1984), a mestiçagem em Freyre fora tratada e positivada, servindo à estratégia da ideologia integracionista, no fito de se evitar a formação de zonas de conflitos inter-étnicos, ou, ao menos, ante a seu inevitável surgimento, não lhes dar fundamento para sua persistência, no tempo. Diferentemente, aqui relacionamos e enfatizamos a mestiçagem ao potencial de antagonismos que dela pode resultar, nos trazendo, como benefício, o alargamento de novas possibilidades de crises e aprofundamento das discussões acerca desta temática, dada a diversidade de respostas complexas, em torno dela concebidas.

Ao insistirmos em referendarmos a diversidade, indiretamente o pluralismo, não estaremos reproduzindo o discurso da internacionalização cultural, o qual no bojo dos discursos da edificação da aldeia global e internacionalização da economia, tende a promover muito mais a internacionalização da cultura e de valores do país que comanda o programa de reajustamento macro econômico? Nossas apreciações não denunciariam uma postura inclinada ao voluntarismo ideológico, na medida em que nossas otimizações estariam subestimando a eficiência da ideologia da democracia racial, em um contexto, de fato, constrangedor?

> Percebamos que "(...) é importante notar que a internacionalização do mercado não se fez de modo algum acompanhar por uma internacionalização das possibilidades de expressão política dos diferentes povos, nem muito menos por uma internacionalização dos espaços geopolíticos que viesse facilitar os movimentos migratórios. As mercadorias, e, entre elas, os produtos culturais, em nome da internacionalidade, ficam cada vez mais homogeneizadas, as pessoas em nome de sua nacionalidade, cada vez mais discriminadas. (Souza,1994, p.192)

No entanto, estas considerações não concorrem para que renunciemos a nossas convicções e deslindemos para uma leitura que incida em uma ótica linear e simplista, alternativa da qual tem derivado a multiplicação de ações extremistas procedentes de grupos fundamentalistas e sectários. Não ignoramos que o discurso do pluralismo tenha suscitado novas formas de integracionismos e servido à produção da ideologia de consenso. Contudo, se o pluralismo, cujo sentido contempla a convivência pacífica e solidária das diferenças, foi adotado pelo discurso da edificação da aldeia global, entendamos que isto somente se dá como um recurso tático, com vistas nas conjunturas atuais.

Ademais, façamos notar, o fato da ideologia do "Brasil, cadinho de todas as raças", lograr a sua revitalização não exclusivamente entre aqueles que crêem vivermos a democracia racial, mas igualmente entre os quais, a identificando como mito, lhe confere substância, ao lhe creditar toda eficiência. A respeito, deveríamos praticar leituras de inversão.

Temos privilegiado enfaticamente a atividade de identificar como a ideologia da democracia racial perpassa discursos, minando projetos, ao insurgir profusa as mais variadas tematizações, quando primordialmente, deveríamos nos concentrar em localizar e exibir em que medida nestas residem sinais e há o esforço compelido de seus agentes em as constituírem enquanto contraponto as bases sobre as quais às relações interétnicas se firmam, entre nós. Desse princípio, a busca da história e sentido da produção de *RB* nos veio como necessidade a ser satisfeita.

Mais enfaticamente vemos exercitados, contudo, diagnósticos críticos de como as instituições vem se consolidando, de fato, como eminentemente brancas. A endemonização da produção de *RB* é expressiva desse proceder investigativo. De tal prática resulta que as fontes documentais registram, validam, na sacralização do escrito, e oferecem à posterioridade, a história da recomposição do quadro da hegemonia de um poder dado pela hierarquização racial.

As contribuições de Morin (1987), acerca do papel do investigador, adquirem sentido, nesta discussão. A identificação do movimento como atividade construída de

unesp

policausalidades, de tematizações diversas, as quais abrangem ações coletivas e individuais, amplia a nossa perspectiva para que exercitemos a atividade de localizar como elas, ao mesmo tempo, produzem e se constituem na ineficiência do mito da democracia racial. Assim, reconstrução de nosso olhar é fundamental. Se conservamos um olhar maniqueísta, no qual se fundam as interpretações linearistas, e nos entendermos destacados da vida social, concebida enquanto uma sucessão de patamares que se sobrepõem, não estaremos sensibilizados quanto à intensidade de trocas, as quais tecem a realidade. Na busca de identificarmos onde reside o bem e o mal, a produção do movimento pode ser obscurecida, uma vez propensos a essa avaliação homogeneizadora, cuja percepção mais resulta de nosso crivo pessoal de observadores auto-centrados, do que concerne aos processos em curso, na realidade objetivada.

Ilustra convenientemente tal discussão, toda a incompatibilidade entre acadêmicos e/ou militantes com o Aroldo Macedo, na primeira fase da revista, devido a não satisfação da coerência de seu respectivos e distintos matizes políticos, no material, ou seja, uma discordância quanto a proposta de produção de *RB*, da qual seria oriunda, por extensão, a desqualificação de nosso interesse em focarmos tal material para estudo. A irrelevância atribuída à revista traz, imanente ao quadro argumentativo, a rigidez do olhar auto-centrado, cuja possibilidade especulativa deixa de operar em direção a simples e fundamental constatação de que, embora a revista possa sugerir enquadramentos, ainda sim, ao contrário das críticas especializadas a ela dirigidas, as quais não chegam mensalmente a seus leitores, *RB* tem penetrabilidade no cotidiano desses. Se constituindo em uma via de interação que permite a "(re) geração e regeneração" do suporte do leitor-consumidor, com o qual estabelecerá subsequentes interações, no tocante aos processos sociais dinamizados, a partir de *RB*, a importância de sua produção deve ser identificada e, nesse sentido, justificamos a relevância da intenção de realização de nosso trabalho.

Nos cabe, diferentemente, nos vermos no mesmo plano de uma realidade, a qual se reestrutura do que seguimos compartilhando, em nossas interações. Assim, uma vez descentrados, logo, nossos espíritos tendem a respaldar os princípios das interações comunicacionais democráticas, acerca dos quais já fizemos referências, e, então, passamos a contar, a dialogar e a nos determos às distintas e não uniformes contribuições, cujo destino é servir à produção desestruturada cotidiana do movimento negro, isto é, à reconstrução do tema, logo, a própria natureza de nossas interações.

unesp

6 O movimento negro como um conjunto de tematizações em torno do tema

O movimento negro se constrói de policausalidades, de tematizações de naturezas distintas, heterogêneas, enunciadas pelos sujeitos, cuja eficiência dessas está em produzir a atividade em torno do tema genérico de referência, mantendo-o em aceso.

A partir da concepção de movimento aqui tratada e, portanto, de história, não estabeleceríamos uma relação mecânica através da qual eventos esporádicos de grande mobilização civil reivindicando políticas que assistam à comunidade de negros e mestiços brasileiros seja fato confirmador da existência de um movimento de protesto negro. Assim, a série de eventos, importantes, ocorridos ao final dos anos 80, precisamente em 1988, com o Centenário da Abolição, não é matéria que justifique a existência do movimento de protesto negro naquele decênio. Por sua vez, a ausência de ocorridos semelhantes, nos anos 90, não sugeriria a inexistência de um movimento negro naquele decênio e hoje.

A mobilização civil vista nos anos 80 é fruto de um movimento de protesto negro já preexistente, em estado permanente de desenvolvimento, no tecido social. O movimento de protesto negro antecede a quaisquer eventos de grande notoriedade e segue, depois deles, se construindo a revelia, sob a pressão do conteúdo de pulverizadas tematizações esparsas. Contudo, desse ponto de vista, não é subtraído a importância dos eventos, de grande expressividade pública, para produção de maior repercussão acerca do tema sob o qual se fazem e em se constituírem em estratégia que caminhe à efetivação dos direitos reclamados. Por outro lado, tais formas expressivas de pressão de mobilização pública e o conteúdo de suas reivindicações políticas que ilustram o movimento negro, em um tempo preciso, não nos certificam de sua ocorrência, mas lhes são as suas peculiares e, naquele momento preciso, viáveis fontes produtoras de zonas de conflitos, geradoras da atividade.

Assim, nenhuma forma precisa de tematização pode ser tomada como personificação do movimento. O esgotamento de uma forma coletiva de protesto somente marca o desgaste da referida forma, mas não o fim do movimento negro. Entretanto, não somente cuidemos do equívoco de afirmarmos o fim do movimento negro, mas também seu descenso e ascenso. O desgaste de uma forma pode sinalizar a sua reorganização em outra que nós seja desconhecida. É importante, nesse caso, mantermos os nossos esquemas conceituais abertos para "sabermos ver" onde está, como os sujeitos produzem o tema e a resistência, logo, o movimento negro, para além das formas já trilhadas e por nós conhecidas.

unesp

Uma questão salta dessas nossas discussões e merece ser explorada. Temos esclarecido que nem todas as tematizações produtoras da atividade geradora do tema genérico de referência, ou movimento, são protestos. Explicitar essa conclusão é relevante para se compreender a importância da produção social a partir de *RB*, ou seja, a geração de uma face do movimento negro. Com isso, não dizemos que tal face do movimento e a própria *RB* compreendam apenas um processo meramente integracionista, encetado pelo mercado, no qual o tema genérico passa ser (re) gerado, segundo os interesses desse, daí o discurso estético de que nos falava Sodré (1999). Como ver nesse movimento sinais de protesto o qual surge da indignação de quem está "(...) cansado da autoridade bruta, da estupidez." (Pross, 1997, p.148)? O que é e a que serve o protesto? Vejamos a passagem seguinte.

7 O que é e a que serve o protesto?

Nos braços do pai, um moribundo, tem AIDS, está em estágio terminal, agoniza, acompanhado dos seus familiares que o amparam; na ocasião da guerra no Golfo, um cemitério e a infinitude de cruzes brancas no gramado e, no mesmo período, um bebê que acaba de nascer, coberto pela placenta, ligado à mãe pelo cordão umbilical: o que querem nos dizer tais cenas, descrições de imagens ampliadas em *outddors* de algumas das campanhas publicitárias da etiqueta de roupas e acessórios *United Colors of Benetton*?

Com ou sem doenças, a despeito da morte de alguns, da guerra, a *Benetton* oferece a seus consumidores o melhor porque a sua "etiqueta predileta" é impermeável a toda essa série de questões presentes na realidade? Outros consumidores nascem e a *Benetton* deve continuar produzindo porque o mercado precisa vender, as pessoas devem consumir e o capitalismo necessita dessa reunião de ligações para auto-gerar-se? Essas interpretações são plausíveis, mas correspondem de fato ao significado de quem concebeu a pertinência daquelas imagens, seladas com o logotipo *United Colors of Benetton* ?

> Não vendo pulôveres da *Benetton*, [as suas roupas, de todas as cores e de boa qualidade, já teria ressaltado, em outro trecho, vendem-se por si mesmas] o que estou realmente procurando é defender uma nova concepção da arte fotográfica e publicitária. (Toscani, 1996, p.71)

Assim, argumenta o idealizador das campanhas de *marketing* do logotipo Benetton, o qual acusa a publicidade convencional dos crimes seguintes: "malversações de somas colossais"; "inutilidade social"; "mentira"; "contra a inteligência"; "persuasão oculta";

"adoração às bobagens"; "exclusão e racismo"; "contra a paz civil"; "contra linguagem"; "contra a criatividade" e "pilhagem" (Toscani, 1996, p. 21).

Partindo do princípio de que a "(...) publicidade [convencional] não vende produtos, mas um modelo de vida uniforme" (Toscani,1996:162), define o perfil filosófico publicitário das campanhas *United Colors of Benetton.* Adota uma lógica através da qual associa o logotipo da marca à luta contra a monocultura, em proveito da diversidade. Se de fato a *Benetton*, tal como a *Coca-cola*, vende-se e divulga-se no mundo todo, a diferença está no fato de que "(...) não procura vender uma maneira de viver obrigatória (...) não fica martelando em todos seus cartazes que seus pulôveres valem mais que todos os outros." (Toscani,1996, p.163).

Avesso ao convencional suposto de uma publicidade, cuja tarefa se localiza em nos auxiliar a desvendar, a construir e acalentar idealizações, traduzidas em bens que são a felicidade materializada, os quais podemos adquirir, por pouco, não gratuitamente, em balcões de lojas, a suave prestações, Toscani reconceitua o papel da publicidade. A especificidade de suas campanhas está em explorar o que pode ser tomado como um desalinhamento com posturas e concepções as quais defendem a normalidade padronizadora. A estratégia é conceber, dentro da própria ordem, a sua instabilidade, a sua fragilização, tendo como matéria, por exemplo, os equívocos, as angústias, os preconceitos criados por nós, sujeitos deste tempo.

Desse modo, no *outddor* da campanha primavera/verão de 1992, com um aidético moribundo queria chamar atenção a aspectos que nenhuma campanha governamental, até o momento, havia se disposto a fazer. Tidos como sujeitos atingidos pela "peste" as vítimas da AIDS não morriam abandonadas, por preconceito, por desinformação quanto às formas de contágio. Assim, as cruzes brancas enfileiradas, no gramado verde, queria nos dizer que o produto mais certo das guerras era consumir barbaramente vidas humanas e, ainda sim, continuávamos recorrendo a elas, na incompetência de dialogarmos. Nesse período, a figura do recém-nascido acenava a esperança do nascimento de comportamentos renovados.

Entre o impacto e a mensagem que o autor do texto das imagens das campanhas pretendia provocar e levar ao público a forma como estes fizeram suas leituras e produziram seu texto particular a respeito, há um grande distanciamento. Desse modo, uma mulher negra amamentando um bebê, não era uma imagem concebida no intuito de se reavivar a relação da "escrava mãe-de-leite", interpretação que levou muitos publicitários, na África do Sul do

unesp

apartheid, a boicotarem o cartaz. Para além do que chama de "sentido clássico de fazer publicidade", a imagem era lançada no compromisso de inspirar um espírito humanista, anti-racista. Se apoiando na expressão de divisa da marca, "todas as cores", referendava a idéia de mestiçagem.

Duas mãos masculinas, uma negra, outra branca, algemadas uma a outra, não sugeria quem era o bandido, mas a dúvida que nos levaria a nos inquietarmos quanto as crenças, com as quais fomos educados a ajuizamos, a conferirmos significados à realidade : "Quem é o bandido?"

A figura de militar negro, africano, armado, mas que segura, às costas, ao invés de "um bastão ou espada de cerimônias", um fêmur de um humano, não pretendia inferir a relação cor/canibalismo/selvagem. A imagem registrada por um fotógrafo e utilizada na campanha primavera/verão, do ano de 1992, queria nos fazer espiar o quanto já estamos habituados à violência, ao desrespeito à vida humana, em nossos dias, evidenciado na violação as sepulturas humanas.

O suporte que dispomos para atribuirmos sentido à realidade é distinto. Nem sempre chegamos à conclusões idênticas, ou mesmo aproximadas acerca do que interpretamos.

As imagens publicizadas por Toscani (1996) não nos expunha descuidadamente diante de fatos de nossa atualidade. As cenas são tematizações, formuladas como protestos, acerca de temas genéricos distintos, embora, fossem compreendidas, por muitos, como reforço as relações já dadas. A certa altura, após uma larga seqüência de desencontros e polêmicas, Toscani conclui: "(...) cada qual com seus preceitos e interrogações." (Toscani, 1996, p.51)

Tal experiência é importante por apurar nossa percepção no que tange as propriedades de um protesto. Duas dessas propriedades fundamentais, condensada na conclusão a que chega Toscani (1996) e ilustrada pela série de situações por ele vivenciadas, podemos encontrar em Pross (1997):

> [1ª]Nenhum protesto pode ser compreendido fora de sua motivação e sem conhecimento do tema contra o qual ele se dirige. Além disso, também depende muito de quem protesta, pois [2ª]a unidade do que é testemunhado e o que é contraditado somente está na pessoa do próprio autor do protesto. A discordância de alguma coisa pode ter muitas razões e tantas expressões que ela não pode ser chamada sem mais nem menos de protesto. (1997, p.18)

O que um autor produz como protesto, nem sempre entendemos como tal. Compreendê-lo, enquanto protesto, implica em deslindarmos para mesmo campo de quem o produziu.

Um outra propriedade nos interessa destacar. Embora seja a forma mais comum de protesto, o protesto oral não é o único meio de o publicizarmos. A língua não nos serve unicamente para que falemos mas, também, para que emudeçamos, em protesto. A linguagem do corpo (Pross, 1997) e a arte, por exemplo, nos dão são veículos através dos quais podemos dar vazão a nossos protestos.

Mas o que é protestar? Protestar "(...) é mais do que a discordância, a objeção e a negação, embora ele também signifique tudo isso." (Pross, 1997, p. 19) O protesto é mídia, comunicação, assim, uma vez enunciado, a busca pelo sentido dos seus princípios, não põe fim, mas restabelece os vínculos comunicativos. Um protesto para se figurar como tal, atende a determinados traços distintivos.

7.1 Outras propriedades de um protesto

Compreendamos que, por se constituir em uma ação cujo significado é, nas expressões de Pross (1992), "assegurar a liberdade humana", seja ela individual, ou coletiva, ainda sim, um protesto não necessariamente tem um caráter emancipador. Em outros termos, um protesto não converge exatamente no sentido de desconstruir sistemas de idéias, cujo desdobramento é assegurar e legitimar distanciamentos, ou as chamadas assimetrias, entre os sujeitos sociais. Protestos podem conter, em seu conjunto de proposições, princípios aparentemente inconciliáveis, daí suas formulações revelarem naturezas diversas. Um protesto pode ser reformista, reacionário, ou transformador.

O protesto dirigido a algo não o é indício a partir do qual podemos ter assegurado se nele reside o erro, ou verdade. Muito do que temos constatado como verdade já foi alvo de contraditos e, contrariamente, inverdades não foram submetidas a tal. (Pross,1997)

Toda a matéria de um protesto determinado nos insurge sintetizado em temas. Mas aquele que apresenta o seu tema de protesto a outros somente é responsável por sua autoria.

Uma vez atingido pelo tema, o público que o acolhe, o amplia, lhe oferece novos contornos, embora haja um sistema de controle através do qual, ultrapassado os limites do conteúdo do protesto, este mesmo público remeta a discussão novamente ao tema inicial (Pross,1992). É importante ao autor do protesto ter o conhecimento de que o seu tema,

formulado para se tornar de domínio público, salte inevitavelmente as suas próprias delimitações temáticas.

"Ocorre que cinco bilhões de pessoas crêem em deuses diferentes, têm obsessões diferentes e pensam diferente sobre a liberdade e a dignidade da pessoa humana" (Pross, 1992). Logo, o fato de rechaçarmos a uns, acolhermos a outros, de elegermos os nossos temas individuais prioritários de interesse, diz respeito às experiências as quais somos expostos no curso de nossas vidas e às respostas que damos a elas, ou seja, à composição de nosso repertório individual. Assim, temas de protestos publicizados são apropriados pelos sujeitos de forma distinta, conforme seus instrumentos pessoais de interpretação, os quais são construções particulares, decorrentes do diálogo, interação, que cada um estabelece com seu meio mediato e imediato.

Quem expõe seu tema de protesto, não espera unicamente que o público o testemunhe, o assista em seu contradito. O autor almeja a ressonância de sua causa entre terceiros, portanto, como nos fala Pross (1992) se "candidata ao poder localizado na maioria". Logo, nos sobrevêm uma indagação. Protestos são justos?

Protestos não são justos.

Protestos devem obedecer a determinadas regras, para que se configurem enquanto tal. Assim, seus autores se ocupam, com a seleção, pertinência e encadeamento argumentativo, de maneira a oferecer ao público uma imagem do "dever ser", provável de lhe explicitar a "nobreza de seus fundamentos", e evitar o que têm enquanto apurações distorcidas a respeito, no fito de convencerem a todos os atingidos pelo seu protesto.

Protestos podem ser protagonizados, seja por um único sujeito, ou um agrupamento de pessoas. Quem protesta, dissente, discorda, desdiz, refuta, suscitando interrogações no que tange ao conteúdo do tema ao qual se remete. Protestos surgem da "dignidade ferida", da "vergonha", "(...) quando se está cansado da autoridade bruta, da hipocrisia, da estupidez." (Pross, 1992, p. 148)

Incluso a todo protesto há valores fundamentais, ou princípios, colocados em questão. Essa assertiva aponta a uma condição básica fundamental para a ocorrência de um protesto. Tal "condição simples", nem sempre recordada, como bem assinala Pross (1992), diz respeito à exigência do estabelecimento da interação de ao menos dois seres sensíveis que o preceda e lhe seja a causa motivadora. Desta forma, protestos podem ser concebidos fundamentalmente como *comunicações.*

unesp

Protestos não encerram a comunicação. A pergunta pelo seu sentido restabelece e revitaliza os vínculos interacionais de comunicação.

Ao exibir seu contradito, aqueles que protestam estão cobrando seu direito de se autodeterminarem. Contudo, se uma comunicação justa é não se deixar dominar e não determinar a outrem, veremos que um protesto somente é justo para seus próprios autores, mas sempre injusto para com terceiros. Os terceiros podem dispor de outras convicções, de suas crenças singulares acerca de um mesmo dado da realidade posto em questão e acerca dele construírem o que terão como seus próprios nexos lógicos irrefutáveis. Resulta, dessas considerações, a máxima defendida por Pross (1992), com a qual *protestos devem ser concebidos essencialmente como exercícios de tolerância*. [70]

Se assim concebidos, em que estará a importância dos protestos? Protestos emitidos não se consumam em polematizações capazes de transformarem o *status quo* e promoverem melhorias?

7.2 O sentido do protesto

Quanto às polemicas, essas de fato se precipitam invariavelmente, nas perguntas pelo sentido do protesto proferido. Um aspecto interessante a ser notado diz que se um protesto não gera polemicas públicas, ainda sim, cumpre eficazmente sua relevância. Um sujeito pondera sobre os riscos de externar seu ponto de vista a respeito do assunto apresentado no protesto e entende como apropriado não se posicionar. Contudo, a comunicação se fez, levou à reflexões, a diálogos, mesmo que sejam aqueles do sujeito com a seu próprio esquema de idéias.

Ambas as interrogações antes apresentadas se justificam, quando se trabalha com a idéia vulgarizada socialmente de que protestos são práticas encetadas no sentido de subverterem uma ordem social, embora, parafraseemos Pross (1992, p. 164), protestos sejam mais freqüentemente produzidos no intuito primeiro de se "receber algo" e não propriamente de "subverter a ordem". A proposição ganha sentido se compreendemos que a razão de protestarmos se "sentimos frio", "calor", pelo fato de "sentirmos medo do desconhecido", ou porque a "sociedade nos trata mal", como exemplos, responde à demanda por um estado propulsor à satisfação de nossos interesses, mediante o fato de elementos a nós externos, nos

unesp

trazerem o desconforto. "O protesto é genericamente a auto-realização do indivíduo e o alívio da pressão social." (Pross,1992, p. 28)

Mas se tomamos protesto como exercício de tolerância e se a concepção do bem-estar objetivado pelos sujeitos, individualmente, ou em grupos, nem sempre é coincidente, a dúvida acerca de sua pertinência permanece candente. Ao sentido do protesto, Pross se expressa:

> O sentido do protesto reside no próprio confronto de opiniões. (...) O confronto de opiniões, cria um novo sentido, por sua vez, sujeito a um número gratuitamente elevado de interpretações e capaz de entrar em confronto com a moral pública, jurídica ou religiosa ou com todas elas ao mesmo tempo. (Pross, 1997, p.71)

Assim, quando empregado para melhorar uma ordem social injusta, a atividade de protestar deve ser entendida apenas como um recurso apenas parcialmente eficaz, logo que melhorias poderão ser proporcionadas mediante a revogação e promulgação de leis. "O protesto só pode preparar por meio da formação da opinião da vontade, imprescindível para o trabalho legislativo, na medida que ele não concorda com o injusto, mas diz o que é." (Pross, 1997, p. 146-7) Desse modo, serão das seguidas e insistentes perguntas pela correção do sentido, contidas no protesto e reprotesto, que o poder será relativizado e os ordenamentos do quais este emana, fragilizados.

Quando se protesta, se dá "testemunho, na primeira fila," de que se discorda de algo porque se dá anuência a uma outra coisa. A ação de protestar, por sua vez, alcança seu "(...) ápice quando modifica o universo imaginário, quando ensina as pessoas a verem as coisas com outros olhos. Uma convenção como algo deveria ser visto é substituída por outra." (Pross, 1997, p. 27) Visto desse modo, o protesto individual não pode ser minimizado em sua importância. Ao contradizer, dar seu depoimento de descontentamento, o autor do ato também pode atingir este objetivo, vivificando e despertando a atenção de outros, e isto é mais importante, para o seu tema de protesto de interesse. Exemplos dessa nota podem ser extraídos das mais cenas rotineiras, não raras vezes, tomadas como banais por seus observadores e mesmo por envolvidos mais diretos no fato.

O cotidiano da vida, entretanto, é a "rede de comunicação onde estão presentes não somente a banalidade, repetição, alienação, a mesmice, o ordinário, mas a "pedagogia da práxis", da "negociação permanentemente comunicativa", "a sabedoria do comum", a

---

[70] O grifo é nosso.

"filosofia do acaso e da necessidade", "um espírito *bricolieur*", a dualidade (Castro, 1999, p. 175). Há na "imediaticidade irreversível e implacável" da vida diária, as possibilidades de desorganizações (re) geradoras, regeneradoras, ou seja, as dimensões da criação, do extraordinário, do incomum e inusitado, do acidental e do acontecimento.

> A sociedade tem na vida cotidiana o seu espaço de mediação do mais íntimo e próximo, por isso mesmo dinâmico e reorganizador dos fatos sociais. O cotidiano é o seio dessa dinâmica que revela a complexidade do sistema social, seu ritmo e movimento, seu campo de negociação de interesses, e da manifestação da práxis. (Castro, 1999, p.179)

7.3 Protestos individuais e coletivos: a exposição do tema aos choques interacionais

Fazendo valer sua premissa básica com a qual contesta que "(...) contradizer, opor-se, dar testemunho, perante os outros não 'dá em nada'" (1997, p.15), Pross afirma a importância de se estabelecer uma distinção muito clara entre o desejo do protestador e a satisfação plena do interesse de seu protesto. Assim, ante ao amontoado de protestos, os quais desconsolam por não darem mostras quaisquer de produzirem o desejo de seus agentes, Pross (1997) responde que:

> o fato do protesto produzir outra coisa não significa que ele produza nada, significa apenas que é difícil avaliá-lo nas suas reações em cadeia. O resultado decepcionante não depõe contra o contradito, mas contra a incompetência de seus avaliadores. (1997, p.16)

Um protesto sempre redunda em algo.

O contradito, mesmo que venha repercutir em um circuito limitado, atua como um interveniente, através do qual as vias para a circulação de um tema de protesto são lubrificadas. Aí reside a importância do protesto promovido por sujeitos particulares que, por isso mesmo, não pode ser minimizado em sua importância, do contrário.

Um protesto não se perde.

Ainda que o silêncio, em outras circunstâncias, seja forma igual de protesto, o autor do contradito, ao não se silenciar, alimenta o movimento de protesto, agindo de modo a contribuir para a sobrevivência do seu tema de interesse na sociedade.

Lançado o protesto em ambiente social, se permite a outros sujeitos sociais, os quais, mesmo não o incorporando na integra, ou em partes, disporem, agora, de recurso a mais para se intercambiarem com outros sujeitos e com a realidade. Através do público atingido pelo protesto publicizado é mantido o tema do protesto. Enunciado o contradito, esse

passa a fazer parte do repertório do público que o assistiu. Por esse processo de interação, se compreende o modo pelo qual nós, os anônimos, pessoas comuns, construímos e somos co-responsáveis pela história que se faz.

O tema de protesto adquire visibilidade, através dos agentes que o nutrem e o expõem em seus atos de protesto, atitude sem a qual o tema do movimento estaria fadado a se esvair por completo. Um ente que protesta é uma mídia primária que comunica a outros entes, mídias primárias, o seu contradito. Através das mídias primárias o tema do protesto é propagado e fica em aceso.

Independente da força propulsora de um grande conjunto de pessoas, em prol de seus respectivos temas de protesto, na sociedade, esse "emaranhado de comunicações", há um incessante fluxo de ditos, contraditos, de protestos, contraprotestos e reprotestos os quais lhe emprestam mais "vida", movimento e, não menos, contradições. Entre sim, não e indecisão, a sociedade é um movimento de protesto. (Pross, 1997)

A mídia primária, o corpo e suas linguagens, nos mostra, assim, a sua irrefutável eficiência, entre ditos e contraditos, na chamada "propaganda boca a boca"[71]. Dessa propaganda, se realiza cotidianamente o protesto negro, nas situações mais adversas, esparsas e isoladas, mesmo na ausência do que temos como acontecimentos episódicos de aglutinação de luta política reivindicatória. A respeito, nos atentemos a narrativa seguinte.

8 A tematização cotidiana promovida por Spike Lee Girl: um impacto desestabilizador e (re) educativo

Spike Lee Girl, trabalhava em uma instituição privada, na qual o quadro de profissionais, em posição de liderança, era massivamente composto por brancos. Ela nos conta que, na ocasião de publicação de *RB,* costumeiramente levava e deixava números expostos do material. Agia deliberadamente, porém, nos fez uma ressalva, de "modo discreto". O intuito de seu protesto, ainda sim, era preservado. A revista se constituía em um objeto que a repaldava na argumentação de um discurso, o qual ela assume, não tinha necessidade de ser verbalizado, mas fincava suas bases em um movimento particular de auto-afirmação: "__Eu valorizo a minha procedência étnica negra."

[71] Norval Baitello Junior, em comunicação pessoal. O palestrante fez explanações a respeito da eficiência operada através das campanhas de propagandas da mídia primária, se concentrando, portanto, na produção intelectual de Harry Pross, em apresentação realizada ao grupo de pesquisa "Comunicação, educação, sociedade", na Faculdade de Filosofia e Ciências "Júlio Mesquita", no Câmpus da UNESP/Marília.

unesp

A revista, nesse cenário, era um elemento causador da estranheza, provocadora da comunicação, desestruturadora.

Da história de Spike, podemos dispor de uma amostra dos resultados dos acenos de protestos pessoais em cadeia.

Spike notou que seguiu de sua atitude um processo de identificação da "negrada" com a qual trabalhava. Um fato sempre presente, mas não explorado, isto é, um espaço social no qual havia uma fração de empregados negros, mas era eminentemente branco. Ao expor seu tema, abriu novos vínculos comunicacionais acerca de um problema o qual sequer era compreendido desta forma antes. "__ Quando eu cortei meu cabelo, no estilo afro, me questionaram o porquê se eu estava tão bem do outro jeito...[porque o cabelo em cumprimento maior, a tornava uma "branca viável".] Agora, quando aparecia um negro bonito, vinham comentar comigo, ou sobre outras coisas referentes à cultura negra..."

Quando, uma outra jovem branca é preterida para ocupar um cargo de maior liderança e não Spike, os companheiros de trabalho, escuros, protestaram a respeito. A escolha encontrou no repertório dos colegas de trabalho condições para ser percebida, ou manifesta publicamente, como injusta.

> tem sido um princípio falso esperar a solidariedade como resultado da política. As provas históricas de solidariedade de que dispomos procedem todas de situações em que o homem estaria perdido se não tivesse outro ser humano a quem pudesse entregar-se (...) __ nos diz Pross (1989, p.32)

A rede de comunicação estabelecida em torno da tematização produzida pela jovem, arrastou, enquanto causa, novas tematizações, ressignificando a percepção dos sujeitos que a integrava. Em outros termos, vemos que a tematização inicial levou ao movimento comunicativo desordenado de interações, o qual possibilitou a auto-organização dos agentes entre si, ou do grupo, e de cada um deles em particular.

Nessa "pedagogia da práxis" cotidiana, produtora da desordem organizadora, isto é, (re) geradora e regeneradora das relações, a qual ocorre espaços onde é possível, nos eludirmos dos rituais e convenções sociais das instituições, encontramos terreno favorável à partilha de território, à isonomia de lugar de que nos falara Sodré (1999), à experiência da relação de solidariedade capaz de levar à abolição do racismo e preconceito.

Concebêramos, assim, *RB* em seu potencial papel (re) educativo.

A especificidade de *RB* é tratar da natureza de um tema de nossas relações

humanas, o qual vem sendo acrescido muito mais das história das comunicações travadas no que Pross (1987, p.31) chama de *intervalos* entre as instituições/fortalezas, ou seja, nas residências, no caminho para escola, nos encontros casuais, muitas vezes, "no tempo livre, não planejado de antemão".

> [E a escol...?] Ah! Não! Tsc! Tsc! Tsc! [__ meneou a cabeça, como quem se frustra com relação a esse âmbito.] Escola não! Escola é muito vago! É muito por cima! É muito enrolado! Não aprofunda nesse tipo de coisa! 'Malê má', uma professora de Psicologia pode pensar em entrar no assunto, mas ela entra em contradição ... Aconteceu isso com a minha professora. A gente estava conversando, eu e ela, a respeito de negros e ela usou a palavra *nêgo* ...(Elisa)

Raça inscreve, assim, nos intervalos, novas possibilidades de comunicação e de aprendizagem dos sujeitos, entre si e individualmente, em torno do tema genérico de referência ao qual se remete, ou perpassa, isto é, as relações entre negros e brancos no Brasil.

9 A maximização de agentes em torno do tema e a solidariedade ao tema no efeito multiplicador

Parafraseando Pross (1997), seria um equívoco pressupor que a solidariedade, entendida como respeito mútuo entre os homens, decorra de políticas sociais[72]. A solidariedade vem do exercício coletivo de respeito à diferença, da interações de reciprocidade humana que podem talvez se transformarem em política, como resultado dessas interações e exercício.

Dois problemas são dados a partir dessas considerações.

O primeiro deles nos diz que talvez estejamos positivando em excesso o protesto dos sujeitos particulares, tais como o de Spikee, quando essa modalidade nos apresenta em níveis reduzidos, em razão da ideologia do mito da democracia racial agir de modo a obstaculizar a agudização de protestos, sejam individuais, ou coletivos. A farta contribuição de Morin (1987) acerca das possibilidades da ação individual, conforme a ecologia das ações, torna a questão já tratada. Ademais, a ideologia que se constrói, encontra no protesto veiculado pelas mídias primárias o seu contraponto. Desse modo, a dimensão da relevância do proceder dos agentes do tema é maximizada, no contexto das relações interétnicas no Brasil.

Satisfeita esta provável indagação, uma segunda pode ser colocada.

---

[72] Dizemos que, por esse motivo, uma lei contra crime racial, por exemplo, não repercute de modo a extinguir com o preconceito, embora dê suporte ao protesto do qual resultou a sua origem e pertinência. Quando o autor faz aquela afirmação, não contesta a relevância de políticas sociais que nos assegure direitos e deveres. Do contrário, tais políticas são causas diretas de protestos, tal como nos exemplifica, a Carta dos Direitos Humanos. Esta explanação detalhada aqui é oportuna porque, a referência que nos sugere tal nota, poderia induzir o leitor à identificação de uma provável incoerência no conjunto de nossas argumentações.

unesp

A partir da lógica dos argumentos aqui reunidos, subjaz a afirmação de que um protesto não exige um grande público? Assim, a preocupação quanto a dificuldade de mobilização da população afrodescendente brasileira é vista como um problema de menor monta, quando a pressão de um grande público pela consecução de políticas nos é acenada como meio de adquirirmos recursos, através dos quais possamos ter ampliadas as chances de nos esquivarmos da marginalidade a nós imputada?

Lembra-nos Pross (1989, p. 33) que não basta afastarmos "a cabeça do dragão" e subirmos os degraus da escada os quais protege. Trata-se de reconhecermos o solo sobre o qual supomos se apoiam os pés desta escada, bem como aprendermos sobre a coexistência real e não a submissão e superposição abstratas (1989, p. 33). Nos vem daí a conclusão de que a justificativa para a questão, invariavelmente colocada pelos movimentos, é equivocada.

A solidariedade da comunidade, subordinada ao de classe é frágil, prevalecendo a sua constituição, somente enquanto aqueles que a integram não saltam aos degraus acima. Não se trata apenas de lutar contra o inimigo hipoteticamente no alto.

É certo que não são raros os exemplos daqueles que afirmam preservar suas "raízes". Nesses casos, a presença do preconceito e o discriminação no patamar alcançado não lhes facultaram o pertencimento a tal degrau e sequer os gozos prometidos antes do início da escalada. Com isso, se a imagem do edifício humano não ruiu, permanece a inquietude da dúvida e desconforto produzido pelo solapamento de seus valores.

A situações experienciadas antes da ascensão, não decorria unicamente por ocupar o "pé da escada"?

Aquela primeira interrogação sobrevem, portanto, reformulada.

Assim, a preocupação quanto a dificuldade de mobilização da população afrodescendente brasileira é vista como um problema de menor monta, quando é urgente, até para a pressão de políticas as quais nos assistam, o envolvimento de um grande público com o tema, a fim de que, nas relações transversais cotidianas, tenhamos abertos os caminhos prováveis de relativizar as diferenças?

9.1 A concorrência por um grande público

Um movimento de protesto não se encerra visibilidade de um grande número de agentes que o alardeie. Contudo, disso não decorre que afirmemos a irrelevância da concorrência por um grande público para o nosso tema de protesto. Tal concorrência é

necessária, uma vez que a pretensão seja colocá-lo na pauta das prioridades do debate na sociedade.

O público é "(...) um grande conjunto de pessoas que podem ser atingidas por opiniões publicadas." Todos querem esta maioria. Enquanto os regimes autoritários procedem fazendo uso de estratégias de incitamento de entusiasmos, no fito de o conquistar, em sistemas mais abertos, a adesão do público a um tema se faz mediante a sua identificação a grupos de motivações diversas, os quais atuam apontando contradições e se interessam em reunir um maior número de solidários as causas de seu protesto.

A luta pela maioria é, na verdade, a luta pelo poder. Dispor da maioria é estar no alto, acima, nos degraus superiores. Tal meta é idealizada por todos, desde socialistas, a conservadores, ou mesmo, democratas progressistas. Chegar ao cume e alçar o ápice porque lá é o pólo irradiador: Isto significa poder.

Essa "idiossincrasia do verticalismo" se converteu no padrão da civilização mundial, com o qual o sistema acaba por reforçar a violência simbólica, em razão de se tornar uma norma cotidiana que permeia as interações sociais cotidianas.[73]

Para o poder constituído, a maioria é apenas uma "rodinha" que deve dar anuidade ao já decidido, a sua revelia (Pross, 1997). Nesse caso, a nós, os "vencidos provisórios de um destino injusto"[74], obter a adesão da maioria é necessário para que se rompa com a cadeia de impotência, mantida, quando o poder, monologicamente, detido pela minoria dominadora e dominante, se impõe. Entretanto, o risco está em se incidir no equivoco dos "fundamentalistas" para os quais um manifesto de protesto está de posse da verdade absoluta. Entendamos, contrariamente, que não há sentido em um movimento de protesto quando este não admite de antemão a possibilidade de outros envolvidos nele disporem de racionalidade lógica diferenciada, através da qual possam enunciar pontos de vista distintos acerca do tema

---

[73] A verticalidade do edifício humano inexiste, na realidade, porque os homens não vivem uns sobre os outros. Embora a nossa linguagem impregnada de verticalismos, recuperando alegorias cristãs de céu/inferno, escalada, manto, templo, sedimente tal noção. A própria ciências humanas recriam a visão da sociedade como um edifício humano, através da estrutura piramidal de classes, como nos recorda Pross (1989), em "*La violência de los simbolos sociales*". Como prejuízo à construção de espaços de solidariedade, a ideologia da sociedade capitalista toma as percepções mais primárias da infância (alto/baixo/claro/escuro), reforçando-se através de nossa linguagem impregnada de verticalismos. É assim que desde a mais tenra infância somos iniciados no aprendizado, o qual se estende por toda a vida. Aprendemos que o nosso êxito social/pessoal é inferido pelo número de tantos outros que fomos capazes de deixar "abaixo" de nós na luta pela "escalada" do edifício social. Aprendemos a nos distanciar do outro. Daí preconceitos e formas diversas de discriminação adquirirem sentido, por privilegiar alguns no acesso e limitar o de outros.

[74] Essas construção tomamos emprestada de Bloch (1987, p.9).

unesp

do protesto. "Qual o significado do protesto, se não impor a minha ordem?"__ colocam novamente.

O significado de um movimento de protesto está no embate de opiniões:

> Quanto maior for o público que o protesto sobre um tema envolve no entrechoque de opiniões, tanto mais ele conseguirá para o futuro da espontaneidade e contra a submissão. (Pross, 1997, p.111)

A maioria é importante para ampliar os círculos de interação em torno do tema, o seu número de abordagens, assim, relativizar o poder, bem como suas próprias apostas. Concorrer pela maioria para causa do protesto negro está em se poder se contar com um grande número de agentes, os quais se ocupem em contradizer, minando os corolários da ideologia de uma organização social racista. Tal ideologia age de modo a regular, limitando as expectativas de acesso da população de procedência étnica negra de todos os setores da vida social, quando a enreda a uma teia de dificuldades que é utilizada para se justificar a sua própria condição marginal na sociedade brasileira. Desse modo, há certa especificidade na concorrência por um grande público para a causa do protesto negro, no Brasil.

A causa do protesto negro ainda está em remover crenças[75], de forma a conquistar que a condição humana de escuros seja aceita e respeitada socialmente, não apenas de forma tácita, no plano formal. A reivindicação está na conquista pelo "*status*" da normalidade, a partir do qual se possa gozar de uma existência em que a sua filiação étnica, e mais precisamente a cor da pele, não seja interposta como a sua condição limítrofe.

> "Santos - (...) Prefiro fazer compras em Nova York do que em São Paulo.
> Folha - O senhor é maltratado?
> Santos – Olhado com desconfiança. Parece que isso faz parte do ethos (caráter particular a determinado povo). A grande aspiração do negro brasileiro é ser tratado como um homem comum."[76]__ (In: Stycer, 1995, p. 8)

---

[75] Da crença na boçalidade do negro foram construídos estigmas, tal como a sua inaptidão natural pelo trabalho intelectual. Tais estigmas foram se mantêm, são ressignificados no tempo e balizam o tratamento dispensado à comunidade afrodescendente. Os graus de branqueamento de um mestiço são valorizados quando o pensamento racista e discriminador opera de modo a concluir que há uma margem de distância daqueles com relação a condição boçal , não humana, do negro.

[76] Este trecho ilustrativo que, embora possa sugerir reservas em relação à parte de seu conteúdo, é de uma entrevista concedida por Milton Santos ao Jornal Folha de São Paulo (1995). Tais reservas decorrem do fato de que, compreendido o importante papel de protesto da mídia primária, o ato de preferir "fazer compras em Nova York e não em São Paulo" revela o ato de se esquivar das zonas possíveis atritos. Protestar exige a exibição do contradito que pode ser realizado, não apenas verbalmente, dado o fato do corpo ter suas linguagens. A presença de negros/mestiços em ambiente e/ou função considerada "lugar de branco", por exemplo, é o contradito contestador do "dito" com o qual se requisita que devam "ocupar o seu devido lugar", subentendido como posições menos privilegiadas socialmente. Quem toma para si o tema anima a construção de zonas de conflito para reflexão e se colocar no centro delas. Se o mito sobrevive da maioria que não o contesta, tal como nos fala Cose (1998, p. 48), a "charada no Brasil está, assim, em sacrificar a cordialidade racial que para muitos fabrica o paraíso racial que parece real." Em outros termos, ampliarmos tais zonas de conflito (intelectual).

unesp

Nos atentemos a tais questões no tópico seguinte.

9.2 A especificidade na concorrência da maioria para o protesto negro

Em discussões informais das quais temos participado, cujo assunto de interesse é a questão racial no Brasil, invariavelmente os interlocutores trazem a tona a experiência dos afro-americanos, destacando as condições que os facultaram a possibilidade de reunirem um grande número, sobretudo, na sua própria comunidade, de agentes para seu protesto. Atualmente se identifica uma tendência entre os mestiços mais claros, que não conheceram o racismo virulento, em atribuir aos mecanismos de classe, ou as capacidades individuais, e não ao racismo e preconceito de cor, o motivo pelo qual a população de negros se concentra nas esferas mais depauperadas da sociedade norte-americana. Isso se constitui em um risco que compromete o chamado sentimento de solidariedade étnica, motivo do acolhimento do protesto entre um grande público, o qual foi indiscutivelmente o motor das grandes conquistas legais e materiais dos negros nos EUA. A este respeito, o caso brasileiro é ilustrativo.

Os benefícios concedidos ao mestiços, mesmo antes da Abolição, em 1888, repercutiu de modo a fragmentar a solidariedade racial. Por esta razão, se diz que o chamado mulato está na base da construção do mito da democracia racial brasileira, construção através da qual se pretende minimizar a percepção das "divisões" raciais entre nós.

A especificidade da concorrência por um grande público para o movimento de protesto negro está relacionada ao impacto social da ideologia racial brasileira, a qual concorre, se não para inviabilizar por completo, ao menos, para dificultar a ressonância da causa do tema do protesto negro, entre a própria população negra e mestiça no Brasil. Discorramos a respeito.

10 As relações entre negros e brancos no Brasil

A ausência de um sistema bi-racial oficializado e a existência de práticas virulentas de perseguição aos negros nos EUA permitiu se formular a tese de que estaríamos construindo "o melhor dos mundos".

A existência de muitos mestiços no "topo da hierarquia da sociedade" brasileira era um forte componente utilizado para se dar crédito ao suposto de que aqui as populações de negros, mestiços, indígenas e brancos viviam harmoniosamente, mantendo laços de estreita

proximidade. Tal proximidade estaria gerando uma sociedade de "homens de espírito pacifista" e uma cultura mais enriquecida, genuinamente brasileira, dadas as contribuições de negros, índios e brancos. Ao dar origem a esta versão do "Brasil, multi-racial, cadinho de todas as raças", foram encobertos os conflitos raciais, de maneira a fazer com que todos fossem levados a se reconhecerem como "nacionais" (Ortiz, 1985).

O mito da democracia racial sustentou uma lógica que foi capaz de, teoricamente, unificar "sobrados e mocambos", "casa grande e senzala". Assim, em uma sociedade na qual os valores e modo de vida da fração branca da sociedade eram colocados como padrão normativo, a despeito dos valores e modos de vidas das demais populações que aqui habitavam, um Estado, constituído por homens brancos, responderia por todos, integrando-os enquanto nação[77].

Essa construção ideológica nunca esteve livre de contestações ou sequer pode ser confirmada na realidade. A respeito, nos atentemos particularmente à experiência de exclusão vivenciada cotidianamente pela população dos afrodescendentes brasileiros até os dias de hoje. A qualidade de vida da grande parte da população afrodescendente brasileira é semelhante a dos habitantes do Zimbábue e Lesoto, os dois países mais pobres da África.

> Segundo os dados do Relatório de Desenvolvimento Humano no Brasil, de 96, 35,2% dos negros e 33, 6% dos pardos são analfabetos, contra 15% dos brancos. Apenas 18% dos negros e 26% dos pardos com 2º grau tem probabilidade de entrar em uma Universidade. Entre brancos com 2º grau completo, a probabilidade sobe para 43%. A expectativa de vida para o total da população brasileira é de 65 anos. Entre a população negra ou de origem negra, a expectativa de vida cai para 59 anos. De acordo com o censo de 91, a população negra e "parda" brasileira soma quase 70 milhões de habitantes, aproximadamente 47% do total de habitantes do país. Parda é a terminologia utilizada pelo IBGE (...) Os autores do estudo preferem o termo afrodescendente. (Escóssia, 1997, p.1)

Tais dados podem atestar a afirmação de Florestan Fernandes (1972), de que "o abolicionismo não aboliu". Por outro lado, essas mesma estatística contesta a sua tese, firmada sob o credo liberal, de que a persistência do racismo e preconceito na sociedade de classes deva ser compreendida como um resquício anômalo do passado escravagista do país, o

[77] A preservação dos traços culturais originais das comunidades indígenas e negras, por seus descendentes, foi largamente combatida. Na "integração", o recurso da violência foi amplamente utilizado, quando a hostilidade, acompanhada pelo escárnio, o desprezo e desvalorização para tudo o que respondesse a tais culturas, já não era o suficiente para infundir nos próprios negros e mestiços o sentimento de repúdio, seguido do abandono a suas próprias raízes. Nos a detenhamos à comunidade negra. A ideologia, conservadora, condescendente e integracionista do "Brasil, cadinho de todas as raças", refreou e introduziu como imprópria a criação de instituições paralelas, embora, sobrevivam e, ainda hoje, se recriem espaços sociais, culturais, de entretenimento, há um só tempo políticos, nos quais se possibilita uma maior concentração de negros/mestiços.

unesp

qual tende a ser diluído e, por fim encerrado, na sociedade de classes, tão logo, na nova ordem, as habilidades individuais e não mais a cor seja quesito para a alocação dos sujeitos nas funções do mercado de trabalho. Se no regime escravocrata o poder da população branca já era garantida pelo regime, no capitalismo, o preconceito e o racismo prevalecem, adquirindo nova razão para ser sustentado, logo que a igualdade formal dos negros e possibilidade desses virem a competir sob as mesmas condições, passa a se constituir em um perigo para a conservação da estrutura de privilégios sociais brancos. Assim, na sociedade de classes, ante as "ameaças reais ou imaginárias" de subversão a esta ordem, são acionadas práticas racistas. (Hasenbalg, 1979, p. 77) Portanto, quanto mais distantes estamos do antigo regime, menos podemos atribui a ele a causa da miserabilidade social da comunidade afrodescendente.

No pós-abolição, a população de mestiços e ex-cativos foi largada à própria sorte. Dada a predileção dos empregadores brancos por trabalhadores brancos, ocorreu uma situação na qual o preconceito de cor submetia os afrodescendentes a um "ciclo de desvantagens cumulativas" que os reteve nas camadas mais espoliadas da sociedade. As condições reais de vida e as contingências as quais estavam submetidos os que herdaram do escravismo a pobreza material e cultural históricas, para si e a suas gerações futuras, vieram a alimentar e recalcar o mito da inferioridade do negro e não menos dos mestiços, esses, a princípio, identificados como o fruto de uma combinação biológica que teria originado "a raça improficua de degenerados". O Estado oficial do Brasil a negar a existência do preconceito e de mecanismos societários que, após a Abolição, estariam preservando privilégios morais e sociais, ou de poder e de renda, concentrados entre a parcela branca da sociedade brasileira. (Hasenbalg, 1979) Neste ínterim, a hipocrisia dava luz ao mito e esta, por conseguinte, abria uma lacuna. Se não há discriminação, porque as gerações futuras dos ex-cativos estariam demorando para libertarem-se do jugo do passado? O fardo da responsabilidade pela situação de penúria da população de negra recai sobre seus próprios ombros. Um exemplo disso, pode ser observado quando se avalia a escolarização da população negra no Brasil.

Uma vez penalizados pela miséria material e cultural, os afro-brasileiros dispõem de uma bagagem precária que os colocam aquém do padrão de aluno idealizado pelas instituições públicas de ensino. Alvos de ao menos uma dupla forma de marginalização, nestas instituições, logo que ao preconceito social são somados o preconceito de cor e a discriminação fundada na visão estigmatizada do negro como ser de capacidades cognitivas inferiores, é firmada uma baixa expectativa com relação às capacidades de aprendizagem dos

unesp

estudantes negros. Componentes desta ordem acabam por imbricarem-se, interpondo-se negativamente, de modo a rarearem as suas possibilidades de sucesso escolar, banindo-os, para fora do sistema de ensino já nas séries iniciais. Tal processo impõe uma situação na qual a população afro-descendente contabilize o grande percentual do contingente de analfabetos ou semi-analfabetos no Brasil. Fora das escolas, os negros vêem reduzir seu potencial de intervenção política, pois, neste espaço, poderiam obter instrumentos, embora rudimentares, necessários para a desconstrução do discurso de dominação que os deixam expostos a um "ciclo de desvantagens cumulativas". Em virtude do baixo grau de escolaridade, a população negra é alocada para as funções ocupacionais no mercado de trabalho de remuneração mais inferior, quando não, são empurrados para o subemprego e o desemprego.

As próprias condições reais de vida e as contingências as quais são submetidos os que herdam para si e as suas gerações futuras, em razão do preconceito e discriminação de cor, a pobreza material, política e cultural históricas, acabam por recalcar e alimentar o mito da inferioridade dos negros. Ocorre que o mito da democracia racial corresponde ao credo liberal, o qual remete aos próprios indivíduos a razão de suas condições objetivas de existência, ao não admitir o fato deste partilhar de instrumentos desiguais na luta para iniciar a competição na sociedade de classes.

Uma vez que brancos e negros pobres passam pelas mesmas privações, isto ofereceu matéria para o Estado afirmar que a situação dos afrodescendentes era um problema econômico e não de raça.

Conforme Anthony W. Marx, esta "lição brasileira nos ensina que mesmo sem a prática de uma exclusão legal, se pode praticar uma exclusão efetiva" (In: Canzian,1998).

Mesmo antes da Abolição da escravatura no Brasil, muitos mestiços mais claros, originários das raças branca e negra, experimentaram a condição de libertos. Oportunamente, tal fato foi utilizado para elaboração do mito da democracia racial brasileira.

Segundo Marvin Harris, surgiu uma situação na qual os senhores de engenho "(...) foram obrigados a criarem um grupo livre, intermediário de mestiços para interporem-se entre eles e os escravos, pois havia certas funções econômicas e militares essenciais para as quais o trabalho escravo era inútil e para os quais não havia brancos disponíveis." (In: Skidmore, 1.976, p. 34) Formava-se, em verdade, uma terceira casta que, com o contínuo de cor, mais tarde, seria diluída.

Ao contrário, a população branca norte-americana sempre esteve em número

unesp

suficiente para a ocupação de quaisquer funções. Com isso, os mestiços, pela sua descendência negra, foram relegados a mesma posição que os africanos ex-cativos. Isto estabelecia um sistema rígido de duas castas sociais que, ao longo do tempo, concorreu para a formação de instituições paralelas e a concretização efetiva do regime bi-racial dos EUA. A elite branca não podia se apoiar nessa solução. No Brasil, a regra da ascendência nunca foi rigidamente aplicada, o que permitiu aos mestiços mais claros omitirem suas filiações raciais e conviverem lado a lado com pessoas brancas.

O tratamento dispensado aos mestiços dependia do quanto seus traços físicos indicassem sua proximidade com a imagem fenotípica do branco caucásico. Os chamados "mulatos" representavam a redenção do negro, através de sua própria aniquilação. Não se tratava unicamente de um branqueamento biológico, mas também social. Os mestiços podiam se beneficiar, até mesmo, pelo comportamento social mais polido que apresentassem, pelo padrão econômico de vida, pelas relações mantidas com homens brancos de prestígio social etc.. No período seguido à Abolição, a existência de mestiços no topo da hierarquia social, se configura em um dilema nacional, em virtude das teorias deterministas vindas da Europa, através das quais se pretendeu atestar a superioridade da raça branca e a degeneração das raças, produzida através da miscigenação. A elite intelectual brasileira não podia fiar-se nessa tese, logo que isto colocaria em dúvida a capacidade de boa parcela da elite. Até mesmo por orgulho nacional, era preciso encontrar uma alternativa honrosa para o impasse surgido. A que caminhos esta solução se conduziu?

A *intelligentsia* brasileira não queria que pairassem desconfianças sobre o "valor dos homens" de sua sociedade, sobretudo, porque muitos entre eles próprios não passariam impunes se comparados ao biótipo do branco caucásico. Foi adotado o princípio de negar as teorias deterministas sobre a inferioridade racial de negros e mestiços. Trataram de rechaçar com propriedade a idéia de que a mestiçagem produzia uma raça improficua de degenerados e de defender o suposto de que, no Brasil, se formava uma população saudável, branqueada cultural e fisicamente. Entretanto, notemos, este incentivo à miscigenação escondia o interesse não confessável de promover a "arianização da população brasileira". Toda insistência no branqueamento da população brasileira se constituiu em nada além de uma suposição da elite branca de intelectuais, pois nunca houve certeza absoluta de sua ocorrência futura. Ironicamente, tal suposição nunca previu que o desaparecimento da figura africana, inevitavelmente, faria desaparecer todos os brancos simultaneamente.

unesp

Diante do clareamento visível da população brasileira, decorrente da ausência relativa do sectarismo, bem como o modo pelo qual o Brasil conseguiu esquivar-se de avaliações que poderiam por em risco o valor de sua formação étnica, o brasileiro podia, agora, olhar criticamente a política racial oficial norte americana.

> Vocês nos Estados Unidos conservam os negros como um elemento inteiramente separado, e tratam-nos de maneira a infundir neles o respeito de si mesmos. Permanecerão como uma ameaça permanente e depois talvez de mais algum tempo crescente. Entre nós, a questão tende a desaparecer porque os próprios negros tendem a desaparecer e ser absorvidos. (Theodore Roosevelt In Skidmore, 1976, p. 92)

Em tempo, vale dizer que a atitude manifesta dos senhores para com os cativos no Brasil, foi tão violenta quanto a ocorrida nos Estados Unidos. Ocorre, porém, que a atitude "anti-negro" foi ativada, no Brasil, sob a forma abrandada do ideal do branqueamento, que, em uma sociedade de hegemonia incontestavelmente branca, foi penosa ao segmento de afrodescendentes, porque acabou por despertar entre eles próprios o sentimento de auto-rejeição.

A versão brasileira do humanismo presente nas relações entre negros e brancos, mesmo não ocorrendo na realidade, promoveu um comportamento mais "tolerante" dos brancos para com os afrodescendentes. Essa "tolerância" forneceu material para se afirmar que, no Brasil, viveríamos uma suposta democracia racial.

As informações recebidas sobre o tratamento dispensado aos negros norte-americanos, ou, aos judeus na Alemanha nazista, eram ouvidas com ares de indignidade pelos brasileiros, muito embora, a população negra desfalecesse a míngua, nas condições mais deploráveis de vida, no Brasil.

Em virtude dos protestos dos afro-americanos, os quais lutavam contra a sua condição de cidadãos de segunda categoria, os EUA, na década de 50, promove a integração social da população negra, por intermédio do sistema de reserva de cotas.

Nesse período, ocorreu a independência política da África e Ásia. Em decorrência de tais acontecimentos, os brasileiros, sobretudo os do Estado, se viram diante da necessidade de mostrarem cautela quando, até então, mostravam simpatia pelo processo de branqueamento de sua população. Desse modo, é que o ideal do branqueamento da população nacional permanece, até os dias de hoje, como objetivo não confessável.

Atrelado a seqüência dos fatos ocorridos internacionalmente, em 1.951, o Brasil promulga a Lei Afonso Arinos que decretaria que manifestações contra os negros seriam

consideradas como crime racial. Interessante é observar que tal fato ocorreu em razão uma bailarina negra norte-americana ter sua estada impedida em um hotel brasileiro. Visando manter a imagem do "Brasil de todas as raças" e a preocupação que fatos dessa natureza pudessem repercutir no exterior, a lei foi sancionada, naquele corrente ano.

Nota-se a presença do caráter condescendente e apaziguador do Estado, a fim de neutralizar os futuros atritos sociais. O direito do cidadão negro ter zelada sua dignidade estava garantido em lei. Tal fato oportunizou o Estado a desculpar-se por aqueles indivíduos que viessem a ferir "o espírito nacional de harmonia entre as raças no Brasil". Nesse caso, o incidente antes mencionado, se constituiu em um fator desestabilizador. A exemplo dele, o Estado consignou um novo rumo que, com o tempo, mostrou-se um eficaz mecanismo para a manutenção e preservação do mito da democracia racial brasileira. (Hasenbalg,1979)

O fato do País assumir legalmente a impossibilidade da abertura para as práticas de discriminação racial corresponde a um aspecto mais amplo do conservadorismo ideológico onipresente em todas as esferas da vida social brasileira (Hasenbalg, 1979).

A política governamental do Brasil de controle e manipulação social e econômica está assentada, desde suas origens, na "tendência do compromisso" (Hasenbalg, 1.979, p. 245), assim, é que os brasileiros, internalizam o caráter do "homem cordial", sempre propenso à 'tolerância' e 'conciliação'. A educação que recebe é a de um "povo pacifista". Nesse sentido, a obstinada ênfase na democracia racial deve ser encarada como um meio cultural de dominação ideológica. Seu objetivo é evitar a possibilidade das diferenças entre negros e brancos serem manifestadas abertamente, assim, desde que o conflito racial permaneça apenas como prática se sujeitos isolados, é minimiza o risco desta temática vir a ocupar lugar de destaque no cenário das discussões políticas nacionais.

Ao longo do tempo, a estabilidade da ordem nacional do Brasil foi mantida pela repressão e mesmo pelo reforço policial, quando a coerção ideológica não mais encontrava terreno fértil para se sustentar e conter as massas rurais ou urbanas. Contudo, as medidas de concessão, arraigadas na política dos governos antidemocráticos e paternalistas, com vistas na desmobilização de movimentos sociais _ sejam negros, ou não _ parece ter sido a prática mais utilizada. Um governo que combina repressão e paternalismo, limita o número de brechas no sistema, com os quais os grupos subordinados poderiam fazer valer seus objetivos (Hasenbalg,1979).

O controle das militâncias negras, ao longo do tempo, foi reprimido politicamente, afirmando um suposto racismo negro e, por vezes, mais de acordo com sua prática, o Estado

interveio com medidas coercivas mas, de caráter ideológico, como a cooptação social. O autoritarismo difuso e a repressão são específicos da ação de controle social no Brasil.

Os pontos acima esclarecidos de condensam em um forte condicionante de desmobilização política dos afrodescendentes.

O narcisismo da brancura no Brasil resultou na predileção de brancos e mulatos claros para ocuparem as posições de *status* mais privilegiadas no mercado de trabalho. Tal comportamento decorreu da permanência do clientelismo aos indivíduos que demonstravam sinais de branqueamento.

O incentivo ao branqueamento biológico ou social representou para o afrodescendente uma "sanção ideológica", nos termos de Skidmore (1976), como prejuízo para o desenvolvimento da auto-estima positiva. Os benefícios concedidos pelo menor grau de clareamento aguçou a visão narcisista da brancura. Em outra instância torna-se conseqüência direta da fragmentação da identidade racial. A cooptação dos membros mais claros da população de afro-brasileiros aos níveis sociais de *status* médio e superior promove a subordinação aquiescente ao suposto de que não há racismo e preconceito no Brasil. Ocupados em ascenderem socialmente, os mestiços e alguns poucos negros que fogem vivido pela população de cor, transformam suas lutas em causas individuais. Dessa forma, uma minoria mais escolarizada, potencialmente líder, por dominar instrumentos através dos quais possa desconstruir o discurso dominante, é drenada para elite. Com isso, a solidariedade étnica não é, despertada, uma vez que o narcisimo branco culminou na fragmentação da identidade racial. Esse fato vem como um prejuízo para todos os demais afrodescendentess que estão quase totalmente representados nas esferas mais pobres da população nacional. Muitas vezes, a ação de militantes negros é tratada como racismo inverso, de forma a lhe apontar incoerência. Os ativistas nem sempre conseguem encontrar respaldo na população negra, em virtude dos condicionantes sociais nos quais está imersa _ dividem-se entre aqueles que estão abaixo do nível de pobreza ou, então, ocupam-se muito mais em garantir sua sobrevivência diária.

Vale lembrar que o baixo nível educacional e os obstáculos econômicos são princípios gerais da tímida mobilização política dos negros.

Esses mecanismos societários interagem entre si, reproduzindo a discriminação sutil e a subordinação consentida dos negros, aliás, só torna-se consentida porque a democracia racial cria uma situação tal que, não havendo a difusão e recalque do racismo explícitos, inibe-se a formação de uma consciência étnica para ataques diretos à política racial vigentes. A isto se soma o fato de que negros e brancos de baixo nível sócio-econômico convivam com as mesmas

unesp

preocupações de vida, daí, qualquer manifesto negro ser caracterizado como revolta infundada.

Em síntese, cooptação das lideranças, fragmentação da identidade étnica, o mito da democracia racial que obscurece a questão e o narcismo branco (Hasenbalg, 1979) se constituem em um conjunto de mecanismos societários que amalgamados constróem um complexo que torna o público não permeável a insistente luta de militantes negros. A combinação daqueles elementos é causa direta da baixa ressonância do tema de protesto entre a grande maioria dos que pertencem à própria comunidade negra e mestiça no Brasil. A concorrência pela adesão entre o público para o protesto é, assim, prejudicada.

Emerge daí, uma problematização.

Sob tais contingências, como a causa do protesto negro encontra caminhos para permanecer em aceso, via mídias primárias, uma vez que a realidade conspira no sentido de infundir e recalcar no negro/mestiço o sentimento de auto-rejeição e inferioridade com relação ao branco?

11 Paralela à produção do mito e da ideologia do corpo, a atividade de tematizações geradoras do movimento

O reconhecimento de "estarem diferentes", em uma sociedade que prima pelo narcisismo da alvura, e os esforços dos sujeitos empreendidos no sentido de serem aceitos dentro dela, produzem uma crise de identidade, os tornando vulneráveis aos "bombardeios" de preconceitos e discriminações contra aqueles desta filiação étnica. (Chagas, 1996)

> Na medida em que não consegue se assumir como negro e nem consegue ficar branco, e aí? Como fica esta pessoa? (Chagas,1996, p.35)

Nesse momento, a ideologia do embranquecimento pode encontrar nos sujeitos condições favoráveis de se efetivar, operando de modo a acarretar prejuízos para a formação de uma auto-imagem positiva, para o desenvolvimento de um espírito autônomo. O auto-desvalor, a desesperança, o autodesafeto, se encerram na auto-rejeição, na intolerância de ser e estar dentro de um corpo que é recusado (Souza, 1996).

> O branco, a brancura, são os únicos artífices e legítimos herdeiros do progresso e desenvolvimento do homem. (...) são a cultura, a civilização, em uma palavra, a humanidade. [Essa é a crença que ideologia do branqueamento ativa, em um contexto no qual se produz o mito da democracia racial.]
>
> (...)
>
> Não é difícil de imaginar o ciclo entrópico, a direção mortífera imprimida a este ideal. O negro, no desejo de embranquecer, deseja nada mais, nada menos que a própria extinção. Seu projeto é o de, no futuro, deixar de existir; sua aspiração é a de não ser ou não ter sido.
>
> (...)

> (...) a ideologia da cor é, na verdade, a superfície de uma ideologia mais daninha, a ideologia do corpo. (...) o sujeito negro ao repudiar a cor, repudia, radicalmente o corpo.[78] (Costa In: Souza, 1983, p.5)

A rejeição da imagem do outro é a recusa da lembrança e enfrentamento do que se é. "Sinto falta de uma maior cumplicidade entre os negros daqui [Brasil]. Sabe aquela coisa de você passar e o outro acenar com a cabeça, te cumprimentar, em sinal de solidariedade? (Bertolino, 1999, p. 109)"__ o comportamento observado por Kendra Johnson, afro-americana, é sintomático. Assim, o ato da aquisição, por afrodescendentes, bem como o acontecimento do êxito mercadológico de *RB*, no contexto do mito da democracia racial, o qual provoca e reforça o ideal do branqueamento, deveria ter suscitado olhares para muito além das estratégias de segmentação do mercado, antes que se somassem acerca da revista a crítica execratória e o crivo do pensamento maniqueísta.

Diante da construção cotidiana do mito da democracia racial, na qual se refugia a ideologia do corpo, é intrigante a questão: "_ Por que o consumidores de procedência étnica negra, não raras às vezes, teoricamente concebidos como uma massa uniforme de dominados, cujo empenho é embranquecer e se aproximar da imagem de seu dominador, se comportam como quem, a partir da publicação de *RB*, tem uma necessidade saldada pelo mercado?"

A razão se explica pelo fato de que, paralela à produção do mito e da ideologia do corpo, há a atividade de tematizações geradoras do movimento , "(...) por parte de quem está cansado da autoridade bruta, da hipocrisia da estupidez." (Pross, 1997, p. 148), isto é, contamos com a produção da ineficiência do mito. *RB* explicita este movimento que a precede e passa a integrar, sem o qual não encontraria receptividade, ou mercado, uma vez que a necessidade a ser saldada não teria sido construída pelo sujeito, logo, não estaria patente.

12 Identidades negras, práticas discursivas e a vivificação do tema genérico de referência

De acordo com Chagas, em condições desfavoráveis para o sujeito construir uma percepção positiva de si, muito dificilmente poderá elaborar uma identidade étnica satisfatória (1996, p.55-6). Para tal, é preciso que conquiste a sua identidade a partir de três dimensões

[78]Observada a questão por esse ângulo, temos esboroado o suposto caráter mais humano das relações entre negros/brancos no Brasil, sobretudo, quando isso é utilizado para tornar banalizada e conferir naturalidade às discriminações cotidianas que revitalizam estereótipos, os quais emprestam negatividade a negros/mestiços. A agressão, entre nós, foi e permanece realizada, portanto, de forma não menos brutal, dado o fato de que preconceito e discriminações sofridos, ao longo da vida, atuam de maneira a fazer da própria existência do sujeito a sua punição.

unesp

interdependentes, tão logo, não se possa simplificar a idéia de identidade do sujeito como uma construção fundada unicamente em uma concepção de etnia.

A "identidade social", é referente à categorias e atributos que são conferidos ao sujeito; a "identidade pessoal" diz respeito "aos seus dados e itens biográficos" e à "identidade do eu" são as concepções e sentimentos que cada sujeito adquire em relação a si. (Chagas, 1996, p.19) Entretanto, para a pessoa negra, todas essas dimensões são gravemente comprometidas.

No plano social, o negro, marginalizado, não disporia do que chamaríamos de personagens de identificação de sucesso, os quais invalidariam a crença do negro como ser inferior e subalterno ao branco. O grau de representação do negro em condições de dependência intelectual e financeira ao branco, estaria sustentando, e por conseguinte, transformando em realidade, a crença na superioridade da pessoa branca, fator que encaminharia a sua subserviência, à aceitação de sua condição de dominado. Por outro lado, a identidade pessoal é gravemente prejudicada quando negros/mestiços desconhecem as raízes de sua própria filiação étnica. A história mais correntemente divulgada é a história da dominação, portanto, de uma pretensa inquestionável superioridade branca, diluída convenientemente à ideologia da integração das três maiores populações étnicas no Brasil. Quando, na conjunção de todos estes elementos, a negatividade aludida a si passa a ser definidora de sua auto-imagem, o "eu" é inclinado negar sua negritude.

Entretanto, apesar dos "efeitos funestos que o meio produz na estrutura psicológica do negro", nas palavras de Chagas (1996, p. 38), a constituição da identidade étnica é construída com uma margem relativa de independência em relação as imposições desse meio. O sujeito não sucumbe aos signos da ordem de seu universo cultural, tacitamente, embora, desde muito cedo, aprenda que viver da sua ordem significa produzir desordem e, assim, a renuncia da própria ordem, ou, de sua autodeterminação pela determinação alheia, resulta em ser premiado. (Pross, 1989, p. 40-3)

O meio não se impõe ao sujeito, dado o papel ativo que adquire nos processos de interpretação, apreensão e reorganização das informações realidade. A aquisição de elementos não é uma introjeção mecânica de dados. No processo de aquisição, o sujeito atribui sentidos ao objeto a partir de seu repertório particular. Assim, a coerção da ideologia do branqueamento pode não se efetivar no curso da vida dos sujeitos. Também, por esta mesma razão, se pode compreender a razão pela qual a construção da auto-imagem positiva e da identidade étnica é uma possibilidade que permanece em aberto, no curso de suas vidas.

unesp

Partindo do princípio de que o "(...) a auto-estima designa um processo ulterior de elaboração identitária em relação a um momento dado" e não deve ser um conceito "(...) ligado à recuperação da identidade como uma realidade preexistente e plena em si mesma", Souza (1999, p. 5) localizou, no interior discursivo das práticas comunicacionais de afirmação de negros brasileiros, artifícios "*simultaneamente pedagógicos e psico-terapêuticos*"[79]. Mediante a ordem discursiva dominante a quais impedem a veiculação do próprio discurso, muito se utilizam da estratégia cuja síntese denominamos aqui de "afirmação pelo não". Destaquemos um de seus exemplos:

> (...) ***não*** __ *meu nome é...* [cita-se o nome] *e não negão*__ o faz [tal discurso], para fazer valer o lugar de enunciação que positivamente lhe pertence__ o do seu nome próprio. (Souza,1999, p. 9)

Reagindo, dessa forma, não somente intentam contra a dominação e "exclusão", ou privação de exibição de sua própria ordem (Pross, 1989), presentes no discurso do outro mas, há um só tempo, se impõem positivamente.

Essa interação é (re) educativa com relação a si e ao outro. "Minha ordem é distinta de sua ordem."__ afirma-se pelo não e a zona geradora potencial de conflitos é aberta. As interrogações podem seguir. "Qual a sua ordem?"

"Torna-se negro" (Souza,1983). Ser negro é uma identidade em construção, isto é, não se trata de uma condição dada *a priori*. (Chagas,1996) Em outra instância, tais considerações explicam as múltiplas formas de negros/mestiços se posicionarem, se dizerem e enunciarem suas definições particulares acerca de sua identidade étnica, desenvolvidas a partir da percepção de sua singularidade, em um contexto no qual traços de sua procedência étnica e cultural, são intervenientes relevantes em suas interações sociais e, logo, para a constituição do seu "eu". Assim, Cunha (1995) aponta, através de exemplificações empíricas, uma série diversa de conceituações elaboradas por sujeitos, em espaços e tempos distintos, acerca do que lhes corresponderia o significado de "identidade étnica".[80]

Por tais relações, se pode afirmar a existência de variadas identidades étnicas, expressas através das mídias primárias, com as quais práticas, discursos e diferenciados protestos

---

[79] O grifo é nosso.

[80] Conforme Cunha, a existência da identidade negra é um assunto polêmico. Tendências diversas a questionam seja porque identificam que no intercâmbio entre os dois grupos étnicos, negros e brancos, tenha ocorrido uma assimilação cultural de ambas as partes, ademais e, por isso, inexistiria um denominador comum entre todos os negros, ou, por exemplo, a afirmação de uma identidade comum se constituiria em uma certa "(...) traição ao projeto de construção da identidade brasileira." Acerca dessa proposição, afirma que "(...) identidades não são excludentes...o fato de pertencer a uma não implica em não ser subconjunto da outra." O autor conclui que as identidades negras existem, embora, não se tratem de um todo único e uniforme, mas de identidades negras múltiplas, diferenciadas entre si, multi-facetadas" (Cunha, 1995, p.7).

são veiculados, escoando pelo tecido social, vivificando o tema do protesto, o preservando em aceso, para além do que antes chamamos de acontecimentos episódicos.

13 Tematizações: a fricção e relativização dos princípios discordantes

A multiplicidade de sentidos e usos da expressão negritude, recupera a ideologia racista vinda do Ocidente, nos alerta Munanga, cuja possibilidade de encontrarmos uma trajetória distinta a partir da qual embasemos de outra lógica as nossas relações humanas, implicaria no caminho da recusa que "(...) excêntrico em relação ao campo mitológico, distancia-se e rompe com o modo de pensamento cuja norma é confundir efeito e causa, resultado e origem, subjetivo e objetivo" (1988, p.70).

E quanto a natureza daquelas tematizações? Nelas não se fazem presentes as distorções produzidas pelo conjunto de concepções amalgamadas de negritude (anti-racismo negro) que "criam falsos problemas e respostas tendenciosas", cavam o suposto de uma distinção entre os homens a partir de uma essencialidade fundada na cor/raça e, nos lançam a combater a ideologia presente no discurso do outro, criando outra por "duplicação"? Sim, desse modo faláramos que o mal habita em nós. As limitações estão nas "respostas negra e branca". Ocorre que as carências das contribuições de ambas, aos se encontrarem uma com a outra, se expõem a um movimento de desnudamento mútuo. Tal como nos recorda Souza (1999), ao falarmos por nós mesmos, nos inscrevemos no circuíto do discurso alheio. Assim, as interações são dialéticas, pois ocorre uma fricção de discursos em relação a si e ao outro. Dessa forma, os princípios de suas verdades saem relativizados nos conflitos cognitivos propiciados pela comunicação, sejam elas formuladas como protestos, ou não.

Essa relação também atende a suspeita de que subvalorizaríamos a dimensão da ideologia. Entre os sujeitos, cujos processos comunicacionais reacendem o tema do protesto negro, não há também outras mídias, fontes potenciais veiculadoras da ideologia com a qual a civilização ocidental se auto-conferiu universalidade e promove o processo permanente de aniquilação das culturas não circunscritas ao seu padrão?[81] Sim, porém, nas articulações realizadas não desconsideramos essa dimensão.

---

[81] "(...) falamos em civilização ocidental, nos referimos geralmente à cultura greco-romana e européia, imposta violentamente pelo colonialismo aos povos dominados do mundo." (Larkin, 1994, p.40) Ademais, é importante observar que o preconceito de cor, a atitude anti-negro, dá suporte a uma ideologia cuja força age em escala mais ampla. O eurocentrismo logra em difundir a sua superioridade, quando trata de mutilar uma parte da história, tornando desconhecido o grau de desenvolvimento tecnológico, científico e cultural (erudito) africanos. (Larkin (org.) 1994) A versão vulgarizada de que o racismo e o preconceito é unicamente um fenômeno baseados na cor é equivocada. Na medida em que o dominador, na Europa, ou América, tratou de identificar o africano e seus descendentes através da cor da pele ele agiu de modo a lhes extrair sua condição humana, a sua referencia enquanto ser cuja personalidade está calcada em uma coletividade histórica-cultural particular. A sua identidade não é mais de homem livre, mas fundada a cor da pele que evoca esteriótipos, a condição de escravo, de inferior e a uma suposta boçalidade com a qual se permitiu escravizá-lo.

unesp

As interações comunicacionais, interações prováveis de encaminharem à educação/reeducação entre os sujeitos, podem adquir de fato um sentido necrófilo, na medida em que, através do conteúdo veiculado pelas mídias, não são transgredidos e suplantados processos, de subjugação e desumanização da vida humana, de uma sociedade educada para o consumo.[82]

De um lado, a possibilidade de que a difusão e o recalque do racismo e preconceito de cor sejam veículados e não unicamente através da linguagem oral. O corpo (trejeitos, olhares, como exemplos) pode planificar seus discursos sem recorrer ao uso da expressão verbal e, entretanto, o que foi enunciado ser igualmente passível de compreensão, de decodificação pelo outro. A arte pode nos comunicar os protestos. De outro, a possibilidade do conteúdo expresso no discurso alheio, oralmente ou não, ser submetido a nosso sistema de valores, momento no qual nos empenhamos em reunirmos instrumentos com os quais possamos desconstruir, interpretar e responder à ideologia nele patente, ao seu significado subliminar. Quando os princípios dos discordantes são aceitos, "(...) a comunicação sai fortalecida, da colisão, pois a validade dos princípios discordantes é relativizada. A pretensão de validade continua sendo imanente, ficando assim a possibilidade de intercambiar os princípios." (Pross, 1997, p.136) Do contrário, a razão fica com o mais forte. Nesse caso, muitas vezes, os sujeitos que, de sua ordem, intentam contra a ordem dos que se prestam àqueles hipoteticamente no topo da escada são "castigados" por sua comunicação inadaptada (Pross,1989, p. 42). A comunicação é retirada. "_ Tem que haver ordem!" [__ se sustenta, ou seja:] "(...) se não respeita os signos de minha ordem, te privo dos meios de mostrar a tua ordem" (Pross, 1989, p. 42). Como fazer a ordem vigir sem a violência?

O recurso à violência bruta para manter o compromisso com os singos da ordem pode não ser necessário. Os guardiões da ordem fixam símbolos verbais, ou não verbais, e executam a violência símbolica que legitima os signos de sua ordem. Em nossos encontros, contudo, a colisão com a ordem alheia é inevitável e, por tal razão, a convivência humana se torna tumultuada e faz da teia de relações em que vivemos uma sociedade de protestos. É fundamental depreender a produção do movimento negro nesse contínuo desestruturado de interações do cotidiano.

[82] O capitalismo é necrófilo porque, fundado em relações de dominação, obstaculiza a possibilidade dos sujeitos se realizarem em sua natureza verdadeiramente humana. Os processos de socialização na sociedade do consumo, educam de modo que seja conferida primazia ao verbo "ter", em detrimento do "ser", assim, os sujeitos, na sua natureza inquieta, investigadora, problematizadora e essencialmente dialógica, são persuadidos a cederem às atitudes contemplativas da realidade, a comportamentos de subordinação dentro da ordem (Freire, 1995).

unesp

14 A ordem, uma constelação de signos, e os signos sobrelevados na ordem com *RB*

Uma leitora, a qual se considera assídua por ter "muitos dos números" da revista, relembra que resolveu parar em uma banca de jornal e perguntar se o jornaleiro já dispunha do mais recente número de *RB*. O jornaleiro "olhou de um jeito diferente", nas suas palavras, e localizou o material solicitado. Um agrupamento de adolescentes, todos brancos, os quais examinavam o conteúdo de outras modalidades de publicações, fizeram "gracejos" dos dizeres da capa de sua revista: "__Nooossa...! Que lindo heim...?" Os demais prosseguiam ironizando: "__ Se isso aí é o lindo...!"

A leitora receou abrir uma discussão com os jovens porque as troças eram emitidas em murmúrios, entrecortados por risos e diálogos relativos a outros assuntos de interesse do grupo. Encontrou como "forma de incomodar", para usar de suas expressões, até que os rapazes notassem o quanto não era susceptível ao teor de suas falas, permanecer um longo tempo próxima a eles, analisando os dizeres da capa da revista, antes de dar sinais de que faria sua compra. "__ Não vou sucumbir à crítica. Minha ordem é diferente da sua."__ afirma pelo não, no discurso que não necessita ser verbalizado.

Ela procedia de forma a não admitir que autodeterminação alheia substituísse a sua, tomando seu papel de configuradora do próprio campo e não em figura dentro de um campo. O protesto de quem quer dar validade a sua ordem, produz a instabilidade, e o protestador fica exposto aos riscos de sua ação.

Muitos dos que nos prestaram declarações a respeito, demonstraram após algum tempo de diálogo conosco terem vivenciado situações bastante semelhantes nesse sentido. Recordam-se de gestos, falas dúbias, "olhares de estranheza" e o sentimento de causar constrangimentos, mediante o comportamento de se exibirem de posse da revista.

Recentemente, em uma entrevista, com um de nossos interlocutores, lhe era motivo de muita ironia a conclusão de que se há recriminação, revelações de "sensações de estranheza", com relação ao sujeito negro por ele portar uma revista feita para negros, paralelamente, o mesmo não se dá, quando o negro, publicamente, traz consigo material nacional, similar à revista *Raça Brasil*, ou seja, uma revista feminina-masculina, a qual trate de moda, beleza, comportamento e outras generalidades, mas não traz, em toda sua formulação, uma única representação de negros/mestiços.

Ocorre que, em uma organização social branca porque fundada em uma estrutura de privilégios a qual beneficia a brancos, não importando suas origens sociais, o estatuto da normalidade é conferido pela brancura. Assim, atitudes que divergem da ordem desse estatuto porque estão situadas e investem em "uma outra ordem", por contestarem uma convenção social a qual se pretende como de validade universal, são rechaçadas. "__ Está errada. Esta concepção de bonito não procede, segundo os signos da nossa ordem." __ lhe comunicou as "troças" dos jovens.

O constrangimento captado pelos entrevistados tem suas raízes na história da elaboração da ideologia racial brasileira. É importante assinalar o fato de que o mito da democracia racial apenas equacionou, formalmente, o problema da discriminação e preconceito de cor no Brasil. A crença na superioridade da etnia branca, calcada nas teorias deterministas continua balizando a visão acerca dos negros/mestiços. Uma vez que o "ser branco", ou buscar formas de branqueamento são princípios sociais a serem acolhidos resignadamente, quando os sujeitos se esquivam de lhes dar legitimidade, aqueles que preservam a ordem, se ressentem. "__ Gosta de ser negra? Isso não deveria ser um incômodo para você?"

O constrangimento captado pelos entrevistados denota o "pudor" do brasileiro, a "vergonha de ter preconceito", ao se deparar com situações nas quais se tenha a enfrentar o risco do desmonte do mito.

Em alguns casos, o interesse pela aquisição da revista já se figura um protesto. Dissera-nos adquirir a revista como forma de colaborar para mantê-la no mercado, isto é, de relativizar a ordem existente:

> "Leio a revista assim que chega, primeiro dia; leio a revista mensalmente; sou assinante desde o segundo, ou terceiro número, quando dispuseram essa opção. Como já te disse, *se houver um meio de comunicação que honre e louve a etnia/raça negra, eu tô encampando*, pois ela é uma forma de mostrar para a sociedade, no campo em que der, entende?, (capitalista, consumista, de mercado, hipócrita, apócrifa e numérica) que existimos, não somos gueto , nem só aparecemos em manchetes policiais, ou de periferia, ou de novela da época dos escravos. (...) Somos parte dessa sociedade (...) Como poderemos lutar por uma sociedade mais justa se temos pessoas que não se sentem parte da sociedade (...) Precisamos mostrar para o negro, a despeito do *status quo*, que ele também é cidadão e pertence a essa sociedade e isto se dá com a manutenção de determinada questões que o louvem: a *Raça Brasil*, o 20 de Novembro, Zumbi, a capoeira, o samba de raiz, o congo, as religiões afro-brasileiras..." (Steve Biko, nick, FBC, um dos fundadores da CIN)

Se o protesto pode ser identificado na aquisição, também podemos falar de seus sinais no ato de concepção do material. Nesse caso, é preciso distinguir o sujeito idealizador dos eixos sobre os quais a publicação de *RB* deve incidir da empresa que a coloca no mercado. Essas

nossas apreciações não são alheias ao fato de que o mercado capitaneia para si temas sociais, com larga margem de possibilidade de se transformarem em protesto amplo, para comercializá-los. "A fantasia como força produtiva necessita de um tema para ascender-se" (Pross, 1997, p. 81).

15 A circulação dos signos e a construção do tema genérico de referência na convivência tumultuada

RB explora, em sua composição, signos distintos daqueles da ordem que vige, contudo, os transporta, em conjunto a signos com os quais já nos familiarizamos.

Dessa forma, a equação "consumo = felicidade", da qual nos falara Sodré (1999) é matéria objetivada, na composição de *RB,* em conjunto a ordem daqueles que não tinham espaço para lhes dar vazão. A série de proposições as quais intentam contra os esteriótipos de afrodescendente no imaginário social são, assim, contrabalanceadas por *RB*: negro é bonito; negro tem orgulho de ser negro; negro tem expectativas positivas com respeito a si próprio dentro da sociedade do consumo e pode se realizar, tanto quanto brancos, profissional e competentemente dentro dela etc..

Não se pode rejeitar a desestabilização que a revista produz. A aproximação com leitores de *RB* sustenta nossa afirmação.

A mãe de uma jovem nos relata a história da filha. O jornaleiro que lhe vendeu um dos números de *RB* e, "por ser também branco, se sentiu na intimidade" de questioná-la: "Ahn...! Mas você? Uma revista prá negro..." A jovem foi chamada a regressar àquela que deveria ser a sua ordem.

Intentar o novo, contudo, sem prescindir de ordenações presentes, significa sempre cooptação, ou retorno, a mesma ordem. *RB* trata de animar a busca do ponto supremo da escada de valores do capitalismo.

Auto-estima e orgulho de ser negro são componentes contrastantes aos ordenamentos existentes, mas não ignoremos que aqui não há nenhuma "promessa de revolução".

"[A RB quebra barreiras..., mas é um padrão nórdico, do contrário...] É! Mas é isso que o povo quer ver! Ele não quer ver gordo, feio, desdentado, caolha...! Ele quer ver pessoas lindas, bonitas, de pele saudável... Entendeu? Elegantes... É isso que a pessoa quer ver." __ nos respondera Aroldo Macedo.

Não se trata de por abaixo todos os velhos símbolos e fixar outros completamente novos. Nisso reside a ambivalência de *RB*, traço que se estende ao movimento e marca a relação

que o leitor cria em relação a ela, tal como observara falara Francisco de Oliveira. "__ Essa revista acrescenta pouco. É muito consumo. Viu as coisas que o Carlinhos Brown falou sobre a África, no primeiro número? Minha idéia era colecionar a revista. Desisti." __ diz Cavalheiro Negro, africano. Em outro momento, acrescenta: "(...) isso é coisa de brasileiro. A mãe de minha filha passou por isso, minha filha não, cara. (...) a mãe já vai conversando, pega a revista [*Raça*] mostra essas coisas de maquiagem para ela ir já vendo..."

Aqui se procede tal como os partidos políticos mistos. Gozam de mais popularidade as formas mistas porque produzem menor desordem, tanto no que diz respeito as ordens egocêntricas dos sujeitos, quanto a ordem a eles externa. Comporta seus novos signos a serem aprendidos, contudo, em número suportável, ou mais facilmente passíveis de serem admitidos e tomados pelos espíritos dos sujeitos, os quais não necessitarão abandonar todos os signos já incorporados, nos ritos da sociedade. Assim, trechos dos relatos de Aroldo Macedo, aparentemente inconciliáveis, são concebíveis, quando compreendidos seus fundamentos:

"Leu, guardou, jogou fora, mês que vem tem outra! Ela não é um palanque. Ela não é nada disso. [Em outro momento] "(...) eu queria sair desse circuito editorial prá poder promover a revista, mais...: ela precisa de promoção! [Quanto à estratégia para?] Seria participando mais, tendo uma atitude mais participativa: em seminários, promovendo cursos de jornalistas negros...__ entendeu?__ pro mercado..., promovendo discussões mais sérias, chancelando discussões..., mas tudo isso precisa de dinheiro... [Preparando jornalistas?] Através de ***workshops*** (...), trazendo jornalistas de outros lugares, como faz a [editora] *Abril* (...) pega jornalistas de outros lugares e prepara eles, entendeu? E promoção, propriamente dita, entendeu? *Outdoors*... essas coisas todas, mas principalmente, ela ter uma participação muito mais ativa na discussão. [Então, embora, você, não queira uma revista tendenciosa politicamente, quer uma revista que participe politicamente, que mobilize a sociedade em torno da ...?] Lógico!"

Quando nos expõe que a revista não se origina de idealismos, comporta nessa sua referência um esclarecimento acerca do fato da história de *RB* ser uma oportunidade surgida da casualidade fortuita.

Dispostas as considerações acima, identificar os sinais de protesto, quanto ao eixo da publicação de *RB*, é possível.

Aroldo Macedo foi o agente mediador, o qual traduziu, de seu repertório, os protestos e ânsias presentes nos discursos de afrodescendentes, na síntese auto-estima, identidade e orgulho de ser negro que baliza a publicação atual. "__Mas a resposta está errada!"__ contradita os críticos, mas também aqui está a contribuição fundamental de *RB*. Protestos não anunciam a verdade. A fundamental importância da produção social de *RB* é tematizar, desencadear instabilidade, expor o tema ao calor dos choques interacionais, produzir zonas de (re) tematizações.

Subjaz aí a informação de que a referida síntese é produzida como contradito, protesto? Sim, em *RB*, essa é meta inconfessável, porque quem protesta freqüentemente quer se eximir do seu ato, uma vez que contraditar implica privações. "__ O conteúdo está equivocado!"__ reprotestam e isso é o suficiente para que a eficácia do produto seja relativizada. Contudo, quem entende que o protesto está errado, nem sempre é capaz de compreender que seu autor não soube formular precisamente seu problema. Ademais, quem julga um protesto como não razoável, o faz de seus próprios princípios de razoabilidade, desconsiderando que a coerência do "(...) protesto de quadrilhas não pode ser medida pelo metro da pessoa que faz um passeio no domingo e vê na sua paz e no dia ensolarado as coisas mais razoáveis desse mundo." (Pross, 1997, p. 161)

16 "100% Negro" e "*Black's beautiful* à brasileira dos anos 90": o protesto construído nas zonas marginais e o interesse de mercado entrefecundando-se na geração de um movimento unidual

> quem quer que tenha tomado parte, mesmo no papel mais apagado de qualquer grande ação, sabe que isto é assim: acontece um episódio, às vezes capital, ser ao fim de algumas horas, impossível de apreciar. Acrescentemos a tudo isto que nem todos os vestígios se prestam com a mesma docilidade à evocação feita com atraso. Se as alfândegas não tiveram o cuidado de registrar o dia a dia, em novembro de 1942, a entrada e a saída das mercadorias, eu não terei praticamente nenhum meio de apreciar o comércio externo do mês precedente. (Bloch, 1987, p. 54-5)

Um equívoco na edição de "Claros e escuros" nos informa que ano do lançamento da publicação de *RB* é 1995. Tal dado não acarreta prejuízos quaisquer à análise de Sodré (1999), em cuja abordagem, *RB* é compreendida como um produto que se projeta em um mercado nacional em franco processo de segmentação, isto é, já atento e orientado às demandas de uma população afrodescendente. Contudo, quando nos vêm aqueles princípios de Bloch (1987), devemos precisar dois aspectos. Tratam-se de relações oriundas da percepção de quem pondera tratando da importância da produção social de *RB*, isto é, de suas projeções para as relações interétnica no Brasil. Desse modo, em primeiro lugar, o mês e ano de lançamento da publicação *RB* são, respectivamente, setembro e 1996. Em segundo lugar, entre nós, essa segmentação do mercado nacional que toma o consumidor afrodescendente como público consumidor-alvo, é fato subsequente à influência da produção de *RB*, embora, fosse preexistente uma modesta comercialização de importados, sobretudo, na área de cosmética.

Em 1995, a pesquisa realizada pelo *Jornal Folha de São Paulo*, "Racismo Cordial", cuja preocupação central consistia em quantificar o racismo e preconceito do brasileiro, com respeito à população afrodescendente, trazia-nos tais informações.

RB vai dar orientações referentes à existência desse público de potenciais consumidores ao mercado, não o contrário. Ademais, na sua ambigüidade, a revista não é somente a descoberta de novos consumidores, mas de agentes de um movimento cotidiano e do que eles produzem.

Dar visibilidade a um segmento ignorado da população, é incentivo à geração de produtos nacionais os quais vão competir e ultrapassar a vendagem do insípido comércio de importados.

O investimento de empresas nacionais despertou a confiabilidade, antes creditada somente aos importados, em virtude da sofisticação da tecnologia neles empregada. Embora não disponhamos de pesquisas concluídas, as quais nos pautem a esse respeito, os preços dos nacionais podem ter se constituído no principal motivo da superioridade de sua vendas, uma vez condizentes com o poder aquisitivo do grande percentual de seus consumidores.

O dinamismo mercadológico não está se circunscrevendo somente ao universo da moda/estética, a qual engloba desde o lançamento de produtos destinados a alterarem a estrutura e a textura dos pêlos capilares à abertura de espaços de trabalho, com o agenciamento imprescindível de modelos de origem étnica negra. A visibilidade se expande, suscitando sua própria ampliação, não somente com respeito à imagem de escuros no mercado, mas do tema que envolve a negros e brancos.

Publicitários e profissionais ligados à mídia buscam referências no movimento "negro é bonito" dos EUA, de forma a tornar os afrodescendentes brasileiros receptivos às dinâmicas do mercado, despertando entre eles o sentimento de estarem experienciando a sua tardia trajetória de alcances, advinda do orgulho de ser negro, trajetória que há muito é vivenciada pelos "irmãos" afro-americanos. A esse respeito, recordemos de Pross (1997, 81-3). O mercado toma qualquer tema de ampla margem de protesto e potencial de repercussão para comercializá-lo, segundo seus fins. Nesse caso, as relações diretas entre *black's beautiful*, luta e conquista de direitos civis pelos afro-americanos integram um tema que serve hoje de matéria ao mercado nacional, interessado em vender os seus produtos. *Black's beautiful*, no processo em curso, é uma expressão cujo emprego, pelo mercado, é destituído de seu sentido social e historicamente construído, embora a ele se remeta.

unesp

Para ver, ser visto e comprar

Já ouviu falar do **Guia do Círculo Negro**? Não? Então, entenda: trata-se de um guia inédito e gratuito, com produtos e serviços de profissionais negros do país inteiro, voltado exclusivamente para a comunidade afro-brasileira. Com isso, os organizadores pretendem fortalecer as relações comerciais e aumentam o poder socioeconômico dos negros. Também valorizam profissionais e facilitam a vida dos consumidores negros. Para pedir o seu, ou anunciar, ligue para a central de atendimento, **tel. (011) 825-9791** ou **825-2796.** O **Guia do Círculo Negro** será enviado, inteiramente grátis, pelo Correio.

RB nº 21, maio, 1998, p. 107.

E quanto à qualidade de visibilidade do afrodescendente brasileiro, acerca da qual nos referíamos na passagem acima?

O mercado se vê diante da exigência de se reportar e tratar mais insistentemente o tema para mercantilizar uma política, a qual pode ser consumida e lhe é compatível, uma vez figurada no momento em que o cidadão consciente se torna o consumidor exigente. "__ Cruze os braços para a propaganda em que você não aparece." __ sugeria o cartaz da *Editora Dipreto*.

Nessas investidas, a frustração das empresas e profissionais ligados à mídia têm ficado patente. O despreparo os têm tornado impotentes para tratar do tema⇔imagens e críticas que invariavelmente sobrevêm.

A campanha do Ministério da Saúde, sobre doenças sexualmente transmissíveis, trazia uma jovem negra, a única personagem da cena, dando um depoimento fictício sobre como a imprudência a levou a contrair o vírus da AIDS.

"__ É racismo! Não fosse, negros apareceriam durante o ano todo em campanhas do governo! Por que negros somente aparecem no Carnaval?"

A crítica aos primeiros comerciais do leite *Parmalat* se remetia ao fato da câmera focar a criança negra em segundos muito inferiores, se desvencilhando aos demais, brancas. Em campanha uma seguinte, porém, um bebê negro é o ator principal da cena. "__ É preconceito/racismo! 'Bota esse menino na escola, dá comida prá esse menino...'! Falam de projetos sociais, põe um negro!"

RB nº 18, fevereiro, 1998, p. 31.

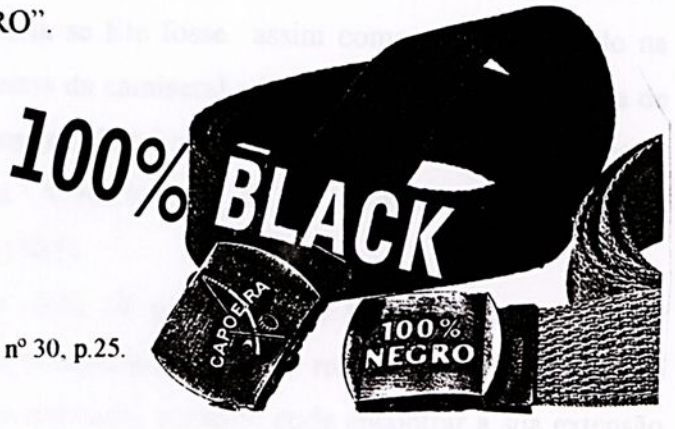
Uma série de exemplos poderiam ser aqui elencados.

RB nº 15, novembro, 1997, p. 2.

__ Propagandas nas quais os negros figuram são freqüentemente material para as críticas: "__ Colocam os negros só por colocarem..."__ sobre a campanha da *Natura*; "__ Essa situação não existe! [Sobre o número de mulheres bem sucedidas, sentadas em uma mesa.] A qualidade dos produtos que fazem para nós é ruim! Agora todo mundo quer fazer alguma coisa para negros!"__ a respeito do creme *Vasenol* para pele negra, produto da *Gessy Lever*.

Tais comportamentos de discordância e insatisfação denotam uma consciência construída nessa produção desordenada do movimento que ocorre nos intervalos do cotidiano.

A tomada do tema, pelo mercado, irá promover a sua, visivelmente, tímida, todavia, sem precedentes, exposição pública, fato não consoante a própria cordialidade imposta pela ideologia da democracia racial brasileira, utilizada como estratégia de se diminuir a percepção das divisões interétnicas entre claros e escuros. Um dos acontecimentos mais expressivos, daí corrente, nessa ocasião, é exibição do mote "100% NEGRO".



RB nº 30, p.25.

A importância do uso do mote não está no número e freqüência de seus agentes que o portam nas camisetas, bonés, adesivos etc.. Ademais, é certo que o "protesto não está na peruca, mas na cabeça", nos diz Pross (1997). Assim, do mesmo modo que andar nu, ou de tranças, nada nos diz sobre a qualidade do protesto, isto é, pode ser completamente reacionário, ou irrelevante, aqui o uso de "100% NEGRO" se presta aos seus agentes a razões tão diversas quanto o número de entrevistados[83].

Nem todos que o exibem formulam a atitude como protesto, todavia, a respeito, não falaríamos de cooptados pelas indústrias de consumo. Dos depoimentos concedidos, pudemos nos evadir dessa perspectiva e ressignificarmos nosso olhar acerca de tal acontecimento.

[83] Acerca do cabelo *black power*, em décadas anteriores, não poderíamos falar o mesmo? Essa interrogação é relevante, quando a referência a tematizações de décadas anteriores serve à subvalorização daquelas que hoje se realizam.

"__ O que você me diria se um branco usasse uma camiseta escrita "100% BRANCO"? __ interrogava a jovem no programa de auditório a Francisco de Oliveira, atual editor de *RB*. Em se tratando de 100% NEGRO, não procede a compreensão de que um sinal de comportamento racista e separatista quer ser revelado com o seu uso, tal como pressupunha aquela que formulou a questão.

Como já vimos, de um lado, no contexto presente, há a ânsia por mais comunidade. Ademais, dada a especificidade das relações interétnicas, o uso de *100% NEGRO*, explicita a produção da ineficiência do mito da democracia racial, através do malogro da "ideologia do corpo". Trata-se muito mais de um comportamento inclinado a aludir e estender o tema do qual é solidário e socialmente hoje está mais presente, a encarar o tema que o envolve, a chamar a atenção do outro para tal, encampando a via material que pode ampliar sua possibilidade de exibí-lo.

Surgiram outras formas de se proceder de tal modo: "NEGRO SIM"; "Se Deus foi feito a sua imagem e semelhança, o que você faria se Ele fosse assim como eu? [estampado na frente da camiseta] NEGRO." [estampado nas costas da camiseta] e "PRETO TIPO A". A crítica de um suposto revanchismo, se dá mediante o sentimento de tal atitude revelar desordem, no campo já configurado pelos signos de uma outra ordem. À reconfiguração do campo, se ressentem os "guardiões da ordem", dos quais nos fala Pross (1987).

Pela própria especificidade do tema de protesto a se comercializar, o poder monolítico do mercado, ou a sua atribuída força cooptadora, deve ser relativizado. O movimento "preto é bonito" à brasileira, propagandeado pelo mercado, somente pode encontrar a sua extensão e matéria nas necessidades e interesses construídos pelos sujeitos agentes do movimento. Dessa forma, a necessidade de se constituírem em agentes reconfiguradores de seu campo, o que implica em terem visibilidade, dentro de um campo já configurado no qual integram, encontrou vias de tradução a partir de suportes/veículos materiais disponibilizados pelo mercado.

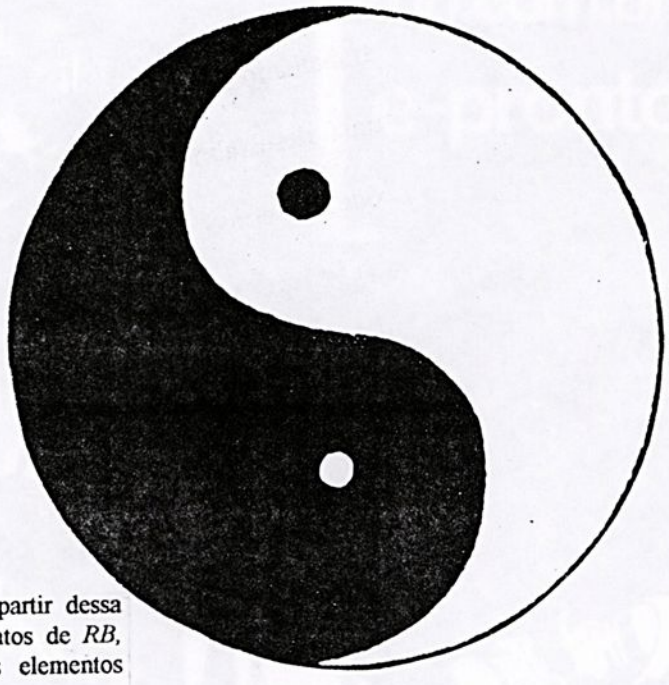
Música,
arte & cultura

Versátil, o rapper Big Richard está atacando em várias frentes. Acaba de preparar um roteiro para um programa black de tevê; lançou o CD Balançando sem Perder a Base; e, para completar, liberou seu lado escritor e colocou no mercado a coleção de livros infantis De Pai para Filho. O rapper-escritor afirma que enveredou pelo caminho da literatura infantil porque ao procurar livros com personagens ou temática negra, para presentear o filho, encontrou poucos títulos. Atitude é isso aí!

RB nº 25. setembro, 1998, p. 93.

RB nº. 34, junho, 1999, p. 97.

Coexistem, assim, elementos antagônicos, concorrentes os quais se interpelam e se complementam na constituição dessa mesma face do movimento, o qual denominamos de *Ser 100% Negro: o movimento black's beautiful à brasileira*. Uma vez que, através das asserções morinianas, podemos identificar esse movimento como dinâmica unidual, em razão de se constituir em entrefecundação de interesses estritamente mercadológicos, bem como de marcas de protestos, ou sinais de referências (re) gerados em zonas marginais, não confirmamos o papel de seus agentes como meros entes resignados, cooptados pela mídia/indústrias de consumo. Recordemos que a história das interações não é monolítica. A respeito a figura de complexidade concebida por Morin expressa a produção dessa face do movimento negro:



Morin, 1997, p. 213.

Notemos a ausência de um centro polarizador. A partir dessa figura, podemos compreender tanto os desdobramentos de *RB*, quanto a própria negociação e administração dos elementos constitutivos do seu perfil.

Quem são os agentes do movimento; em quais circunstâncias são (re) educados e estão expostos; como realizam sua história, no cotidiano, de forma a deixar o seu tema em aceso: esses foram os pontos fundamentais nos quais nos detivemos. Saber ver o porquê e onde há o

movimento, bem como em que consiste a sua ambivalência, é não nos enfeixarmos no conjunto de abordagens, as quais expropriam os negros/mestiços como agentes da história, tornando imperceptível e irrelevante a sua produção diária.

Saíamos, portanto, do universo de militantes e/ou acadêmicos, para nos atentarmos à constituição das famílias brasileiras, educadas em uma sociedade na qual o mito da democracia racial refreia as possibilidades de interação com o tema e a formação de zonas de conflitos (intelectuais). Assim, veremos que, partir de *RB*, há a introdução de uma série de "sinais provocadores" trabalhados para serem decodificados como chamamento ao tema. Temos aqui uma desestabilização, se tomado o quadro anterior. Nesse caso, se trata de conceber como essa mudança tem operado dentro da invariância (Morin, 1987), uma vez que aqueles sinais nos vem concebidos como elementos já conhecidos da ordem.

RB, nº 51, novembro, 2000, p.2-3.

O fator perturbação na propaganda: a família negra que desfruta o conforto possibilitado pelos recursos tecnológicos mais sofisticados.

RB nº 43, março de 2000, páginas 66-7.

Um creme para negros. O que há de inédito? Não há o extraordinário, mas o fator perturbação na soma "o consumidor visado", "as inscrições e imagem do rótulo" e o significado social para a comunidade negra.

De fato, políticas, ascensão social e a visibilidade de negros consumidores, não convergem no sentido de produzirem a solidariedade, a efetiva partilha de territórios a qual pode abolir o racismo, tal como nos falara Sodré (1999), mas discordamos que, com isso, o movimento

Ser 100% NEGRO: o movimento black's beautiful à brasileira seja irrelevante, ou recrudesça a natureza das relações já travadas entre negros e brancos. Encarar a desigualdade implica em objetivar uma racionalidade distinta ao suposto da ideologia da escada social que compromete as nossas instâncias de solidariedade. O comportamento da mídia e mercado, bem como dos sujeitos sociais recriam a ideologia da pirâmide social. Contudo, se não temos consumado o terreno favorável às relações de *isotopia*, por isso mesmo, é válido o conjunto de tematizações suscitadas com *RB*, (re) geradoras do movimento negro, as quais, formuladas como protesto ou não, produzem interações e agitações em torno de seu tema. Decorre, daí, as formações de zonas potenciais de crises (intelectuais), das quais temos oportunizadas a possibilidade de auto-organização do repertório de percepção do sujeito, com relação ao tema a que se reporta. Na pedagogia da organização social, os processos de interação desencadeados pela publicação *RB* são eminentemente (re) educativos, o que a torna relevante à história das relações interétnicas no Brasil, precisamente, entre claros e escuros.

Conclusão

> A sujeição significa que o sujeito sujeitado sempre julga que trabalha para seus fins, desconhecendo que, na realidade, trabalha para os fins daquele que o sujeita. Assim, efetivamente, o carneiro-chefe do rebanho julga que continua a comandar o seu rebanho, quando, na realidade, obedece ao pastor e, finalmente, à *lógica do matadouro* (Morin, 1996, p. 109).

Da ótica da práxis pedagógica do cotidiano nos foi possível identificar o caráter eminentemente (re) educativo de *RB*. Assim, não é a qualidade, ou a consistência, do conjunto de informações reunidas em cada edição mensal da revista e oportunizadas ao leitor que nos levou a conferir tal caráter à publicação, mas as possibilidades de formação de zonas interacionais de conflitos (intelectuais), em torno do tema para o qual a revista se remete, ou perpassa.

Das tematizações cotidianas ocorrem as comunicações interacionais pedagógicas, em torno do tema genérico de referência, as quais produzem a atividade que o permite (re) gerar-se, isto é, "viver de morte ↔ morrer de vida", para tomarmos as expressões de Edgar Morin (1996). Os sujeitos das comunicações interacionais pedagógicas expõem o tema ao calor dos choques interacionais e, com isso, cooperam para o contínuo solapamento, ou desestabilização da lógica das respostas acerca dele já construídas, enquanto alargam e sofisticam a percepção com relação ao conteúdo desse mesmo tema. Enquanto o racismo e os preconceitos dele corrente logram a sua sobrevivência da baixa atividade a respeito do tema, o que se reforça em virtude dos desdobramentos do mito da democracia racial, as interações, em torno dele concebidas, o mantêm em aceso. Desordem atende por liberdade, ou possibilidade, destaca Morin (1996). A expectativa se concentra, assim, no fato de que das desordens advindas das trocas concernentes ao tema culminem em múltiplas possibilidades através das quais possamos ver operadas mudanças profundas na história das interações entre negros e brancos no Brasil.

A importância de *RB* é se constituir em uma via de múltiplas formas de tematizações, das quais se precipitam a geração de dinâmicas, ou agitações/atividades que definimos *Ser 100% NEGRO: o movimento black's beautiful à brasileira*, ou seja, uma face do movimento negro a qual, policêntrica e acêntrica, se constitui de politotalidades.

"A sua *RB* vai 'mal das pernas'. O que dificulta a sua permanência como produto no mercado?"___ nos alerta um de nossos interlocutores.

unesp

O contrário do que a tornou objeto viável para consumo tem dificultado a permanência de *RB* no mercado, ou seja, a estabilidade.

RB se estabilizou em um formato que, em um dado momento, se constituiu em resposta desestruturadora às contingências. Todavia, esse nosso ponto de vista, não equivale à afirmação de que a publicação se constitua hoje em "apenas uma vitrine de belos corpos negros", ou a sua sobrevivência no mercado venha se assegurando de "curiosidade primeira".

A revista afirmou a existência da beleza, segundo aferição baseada nos padrões da estética negra, quando se conserva em relação a essa temática as reservas decorrentes de uma educação voltada ao culto do padrão nórdico.

De seu entrosamento com o consumidor negro, a publicação forneceu ampla gama de dados sobre o cliente de origem étnica negra ao mercado, quando é ignorado o espaço social por ele ocupado.

Os números de *RB* oportunizaram ao afrodescendente o olhar sobre dimensões de um universo do qual integra , todavia que ficava em oculto, quando permanecia inexplorado.

Se constituindo em um produto cujas vendas sublinham sua pertinência, a publicação exibiu a propalada democracia racial como ideologia, quando vivíamos, para além dos debates, o reforço desse mito que, efetivado nos meios de comunicação, foi sacralizado através dos registros de jornais no ano do Centenário da Abolição.

Todavia, ao se constituir e se fixar em resposta a questões dessa natureza, a revista como um objeto cultural, notadamente, de suma importância para a população afrodescendente, encontra a sua estabilidade no cumprimento de tais tarefas. Como um produto de mercado, isso implica dizer que *RB* esgota o seu caráter "surpresa", inovador.

Atualmente, entendemos que *RB* enfrenta a necessidade de promover mudanças alternativas de maneira a obter uma reestruturação com a qual possa encontrar novos traços inovadores, necessários para o aumento de seu índice de comercialização (*RB* é um produto). Isso se relaciona a demanda pela revitalização de seu caráter de objeto cultural desestabilizador. Em outros termos, é urgente enxertar elementos modificadores (modernizadores) no produto, os quais inspirem a criação, reestabeleçam, ou atualizem, as associações, cujo fim é criar e sedimentar relações de fidelidade de um contingente maior dentre o seu público-alvo.

Trata-se de diagnosticar e priorizar um ou mais aspectos concernentes ao tema genérico de referência ao qual se remete, ou perpassa, isto é, as relações entre negros e brancos, e cujo tratamento sirva à geração de novas crises, à desestruturação do quadro da história das

unesp

interações entre negros e brancos no Brasil. Na ausência de grandes somas de investimentos, seja em *marketing*, ou em projetos, os quais estendam as ações de *RB* para além de sua edição mensal, tal como ansiava Aroldo Macedo, se faz necessário promover uma análise e reordenamento nos próprios elementos considerados na definição do perfil de composição *RB*. Tal estratégia mercadológica, convenientemente, pode satisfazer o pretexto de mantermos a longevidade de *RB* no mercado como recurso à circulação das referências do (s) universo (s) negro (s), as quais se produzem no que chamáramos de esferas periféricas.

Nesse sentido, nos voltamos a focar o modo pelo qual os sujeitos mais diretamente envolvidos com a produção de *RB*, nas contingências a eles impostas pelo o seu tempo, trabalharam e impuseram o seu tema, através da composição da revista, mantendo-o em aceso.

Essa ótica é importante, uma vez que a partir daí escapamos da "lógica do matadouro" a qual se refere Morin (1996).

"___*RB* é só mercado."___ comentam alguns e outros concluem: "___Há poucos negros internautas."

Permanecem intocadas, ou subvalorizadas, nessas afirmações: o que *RB* produz, além de orientar para consumo de produtos e serviços, ou acerca de como atuam os poucos internautas negros.

Há um empenho tal em exibir a forma da ideologia rechaçar "nossas melhores intenções", em se localizar as tramas da dominação na qual estamos enredados, que acabamos servindo de "carneiros-chefes" a nós mesmos, ou seja, seguimos oferecendo às gerações futuras outras histórias de subserviência.

É preciso cuidarmos dos riscos que podem arrastar as nossas ações, tão logo possamos oferecer, através delas, maior consistência à história da dominação, todavia, agora, efetivada a partir da narrativa e ótica daqueles presentes no campo dos dominados.

Parafraseando, Bloch (1987) a que deve servir a História, a não ser para nos ajudar a viver melhor?

Nesse sentido, nos interessou identificar em *RB* o modo pelo qual nela se traduz uma forma particular dos sujeitos objetivarem o contraponto e capturar uma prática que, se dissolvendo nas interações pedagógicas do cotidiano, o alimenta.

Alguém se levanta e tematiza:

"__ Essa revista é ruim! *Raça Brasil* é ruim!"

unesp

Outros se erguem porque discordam, ou porque concordam e, mesmo nisso, *RB* já cumpriu eficazmente o seu papel, isto é, abrir o tema, quando antes ele permanecia em oculto.

Referências bibliográficas

ABRAMO, B.. Anos de dúvida e indecisão. *Folha de São Paulo*, São Paulo. 20 set. 1998, Caderno especial: família, p. 15.

ALMEIDA, M. C. Complexidade, do casulo à borboleta. In: *Ensaio de complexidade*. Castro, G. et al. (org.). Porto Alegre: Sulina, p. 15-24, 1997.

ALVARENGA, T. A intolerância dos *shinheads*. *Revista Veja*. São Paulo: Editora Abril, nº 7, p. 112-3, 2000.

AMARAL, R. Teses racistas atraem 58% dos franceses. *Folha de São Paulo*, São Paulo. [199-].

AMARAL, M. Mais de 50.000 manos. *Revista Caros Amigos*. São Paulo: Casa Amarela, nº 3, p. 4-8, 1998.

ANDERSON, J.. A um passo da igualdade: de olho em nosso poder de compra, agências de publicidade e de modelos, revistas e autores de novelas investem na imagem do negro, mas ainda tropeçam no preconceito. *Raça Brasil: a revista dos negros brasileiros*, São Paulo: Símbolo, nº 18, p. 30-5.

BERTOLINO, E.. Negritude importada. *Raça Brasil*. São Paulo: Símbolo, nº 40, p. 109-111, 1999.

BLOCH, M. *Introdução à História*. Trad.: M. Manuel; R. Grácio. Lisboa: Europa-América, 1987.

BORDENAVE, J. E. D. *O que é comunicação*. São Paulo: Brasiliense, 1988. (Primeiros Passos)

CALLIGARIS, C. Adultescência: a sedução dos jovens. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 20 set. 1998. Mais!, p. 4.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. Meios de comunicação e diversidade racial (seminário), Brasília, 1998. 105 p.

CANZIAN, F.. A lógica da unificação. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 8 mar. 1998. Mais!, p. 13.

CARDOSO, R.. A cor do sucesso. *Veja on line*. 24 jun. 1998. Disponível em: <http;//www.uol.com.br/veja/240698./ p.098 html> Acesso em: 25 jun.98.

CARVALHO, N. *Publicidade*: a linguagem da sedução. São Paulo: Ática, 1996.

CASTELLS, M. O poder da identidade. In_.: *A era da informação:* economia, sociedade e cultura. Trad.: K. B. Gerhardt. São Paulo: Paz e Terra, v.2, 1998.

CASTRO, G. ... Da fragilidade ao homem-rede. In: *Ensaio de complexidade*. Castro, G. et al. (org.). Porto Alegre: Sulina, p. 171-186, 1997.

COELHO, T. A revolução silenciosa: os menos favorecidos não só consomem, mas também produzem o entretenimento televisivo. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 12 abr. 1998. Mais!, p. 7.

CONTI, M. S.. et al. (ed.). O planeta *teen*. In: *Revista Veja*. São Paulo: Abril, n.º 16, p. 106-113, 1995.

COSE, E. Pride and power. *Newsweek*. New York: Newsweek, nº 10, p. 42-8, 1998.

CRUZ, M. A. *Alternativas para combater o racismo, segundo a pedagogia interétnica*. Salvador: Núcleo Cultural Afro Brasileiro, 1989.

CUNHA JÚNIOR, H. *Identidades negras e educação*. João Pessoa, 1995a. (Palestra apresentada para o Programa de mestrado em Educação – Universidade Federal da Paraíba-UFPB)

_____. Racismo no Brasil. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 28 jul. 1995b. p. 1-3.

_____. *Educação afrodescendente em mestrados e doutorados. Alguns comentários e uma tentativa bibliográfica*. Salvador, 1999. (Artigo não publicado).

ECO, U. *Apocalípticos e integrados*. Trad.: P. Carvalho. São Paulo: Perspectiva, 1993. (Debates)

ESCÓSSIA, F. da. Negro do Brasil vive como no Zimbábue. Folha de São Paulo, 24 jun.1997, Cotidiano, p. 1.

FERREIRA, R. A. *A representação do negro em jornais no Centenário da Abolição da Escravatura no Brasil*. São Paulo, 1993. (Dissertação/ Depto. Comunicação e Artes/USP)

FIORI, V. A corrida pela beleza negra. *Estadão*, São Paulo, 16 nov. 1997. Suplemento Feminino, p. 5.
FREIRE, P. *À sombra desta mangueira.* São Paulo: Olho d'Água ,1995.
HASENBALG, C. A. *Discriminação e desigualdades raciais no Brasil*. Trad.: P. Burglin. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979.
GAWENDO, M. Consumidor negro ganha feira exclusiva. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 07. dez. 1997. Tudo, p. 6.
GRILLO, C. Brasil quer ser chamado de moreno e só 39% se autodefinem como brancos. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 25 jun. 1995. Especial (Racismo cordial), p. 5.
HOBSBAWM, E. J. *História social do jazz*. Trad.: A. Noronha. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.
_____. *Era dos extremos*: o breve século XX: 1914-1991. Trad.: M. Santarrita. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
KACHANI, M.. Igualdade desigual. In: *Veja*. São Paulo: Abril, p. 94-5, 1996.
_____. Sucesso negro. In: *Revista Veja*. São Paulo: Abril, p. 112, 1996.
KEHL, M. R. A teenagização da cultura ocidental. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 23 ago. 1998. tvfolha, p. 2.
LEVI, G., SCHMITT, J. C. (orgs.) *História dos jovens*. Trad.: C. Marcondes, N. Moulin e P. Neves. São Paulo: Companhia das Letras, v. 1, 1996.
_____. *História dos jovens*. Trad.: P. Neves, N. Moulin e M. L. Machado. São Paulo: Companhia das Letras, v. 2, 1996.
MARTÍN-BARBERO, J. Comunicação plural: alteridade e sociabilidade. In: *Revista Comunicação e Educação* (CCA-ECA-USP). São Paulo: Moderna, n.° 9, p. 39-48, 1997.
_____. Cidade virtual: novos cenários da comunicação. In: *Revista Comunicação e Educação* (CCA-ECA-USP). São Paulo: Moderna, n.° 11, p. 53-67, 1998.
MARTINS, S. Invadindo os espaços. *Revista Caros Amigos*. São Paulo: Casa Amarela, n° 3, p.9, 1998.
MEDEIROS, M. A. A. *O elogio da dominação* (Relendo Casa Grande & Senzala). Rio de Janeiro: Achiamé, 1984.
MENEZES, T. A religião do indivíduo. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 26 dez. 1998. Especial (Fé: ano 2000), p. 16.
MORIN, E. *Cultura de massa no século XX:* o espírito do tempo II: necrose. Trad.: A. S. Santos. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1977.
_____. *O método* – 1. A natureza da natureza. Trad.: M. G. Bragança. Lisboa: Europa-América, 1987.
_____. *O método* – 2. A vida da vida. Trad.: M. G. Bragança. Lisboa: Europa-América, 1989.
_____. *Ciência com consciência.* Trad.: D. M. Alexandre; M. A. S. Dória. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1996.
_____. Complexidade e ética da solidariedade. In: *Ensaio de complexidade*. G. Castro et al. (org.). Porto Alegre: Sulina, p. 15-24, 1997.
MUNANGA, K. *Negritude*: usos e sentidos. São Paulo: Ática, 1988. (Princípios)
_____. *Rediscutindo a mestiçagem no Brasil*: identidade nacional *versus* identidade negra. Petrópolis: Vozes, 1999. (Identidade brasileira)
NASCIMENTO, A. *O genocídio do negro brasileiro*: processo de um racismo mascarado. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978. (Estudos brasileiros)
NATALI, J .B. Ex-favelado é empresário e milionário. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 25 jun. 1995. Especial (Racismo cordial), p. 14.
PAULINO, M. F.. Entenda como é a metodologia. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 25 jun. 1995, Especial (Racismo cordial), p. 2.

unesp

PAIM, P. (org.) *Seminário de comunicação e diversidade racial*. Brasília: Câmara dos deputados, 1998. (Ação parlamentar)
PINHEIRO, D.. A classe média negra. *Veja on line*. 18 ago. 1999. Disponível em: <http: www.uol.com.br/veja/ 180899/p. 062.html>. Acesso em: 21 ago.1999.
PINHO, J. B. *O poder das marcas*. São Paulo: Summus, 1996. (Novas buscas em comunicação)
PROSS, H. *La violencia de los símbolos sociales*. Trad.: V. R. García. Barcelona: Anthropos, 1989. (Conciencia y libertad)
_____. *A sociedade do protesto*. Trad.: P. Naumann. São Paulo: Annablume, v. 1, 1997.
RAMONET, I. Geopolítica da fé. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 26 dez. 1998. Especial (Fé: ano 2000), p. 15.
RIFKIN, J. Tecnologia e a experiência afro-americana. In_.: *O fim dos empregos:* o declínio inevitável dos níveis dos empregos e a redução da força global de trabalho. Trad.: R. G. Bahr. São Paulo: Makron Books, p. 74-85, 1995.
ROSNAY, J. O homem: gênio individual, idiota coletivo. In: *Ensaio de complexidade*. G. Castro et al. (org.). Porto Alegre: Sulina, p. 15-24, 1997.
SANTOS, L. G. dos. Consumidor do Futuro. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 27 fev. 2000. *Mais!* 5-11
SCALZO, F. Auto-imagem: a maioria dos negros está satisfeita com a sua aparência. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 25 jun. 1995. Especial (Racismo cordial), p. 15-6.
SILVA, F. B. Leite e escárnio para Mano Brown. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 23 ago. 1998. tvfolha, p. 2.
SKIDMORE, T. E. *Preto no branco*: raça e nacionalidade no pensamento brasileiro. Trad.: R. S. Barbosa. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976. (Estudos brasileiros)
STYCER, M. Pesquisa reforça preconceito, diz geógrafo. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 25 jun. 1995. Especial (Racismo cordial), p. 8.
SODRÉ, M. *Claros e escuros*: identidade, povo e mídia no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1999. (Identidade brasileira)
SOUSA, N. S. *Tornar-se negro*: as vicissitudes da identidade do negro brasileiro em ascensão social. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1983. (Tendências)
SOUZA, O. *Fantasias de Brasil*: as identificações em busca de identidade nacional. São Paulo: Escuta, 1994.
TOSCANI, O. *A publicidade é um cadáver que nos sorri*. Trad.: L. C. M. Guerra. Rio de Janeiro: Ediouro, 1996.
THOMPSON, J. B. *Ideologia e cultura moderna*: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis: Vozes, 1995.
VERGARA, R.. Preto & Branco: para 'boy' racismo acontece todo dia. *Jornal Folha de São Paulo*. São paulo, 23 ago. 1998, Cotidiano, p. 3.
VIEIRA, P. Racionais tocam para brancos e manos. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 22. ago. 1998. Ilustrada, p. 1.
VILAS BOAS, S. *O estilo magazine*: o texto em revista. São Paulo: Summus, 1996. (Novas buscas em comunicação)
ZOLINI, H.. Presidente de OAB-MG é confundido com porteiro. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 25 de jun.1995. Especial: Racismo Cordial, p. 13.

Resumo

Palavras-chave: revista Raça Brasil; pedagogia da práxis das interações cotidianas; complexidade; relações interétnicas; negro brasileiro.

Em setembro de 1996 é lançada *Raça Brasil*: a revista dos negros brasileiros, um produto da editora *Símbolo*. *Raça Brasil* é alvo de uma série de polêmicas, as quais tendem a minimizar, ou subtrair por completo a importância de sua publicação.

Ancorados, todavia, nas fundamentações teóricas desenvolvidas por Edgar Morin, nos foi possível identificar as dinâmicas que se precipitaram a partir do lançamento dessa publicação, as quais convenientemente denominamos *Ser 100% Negro: o movimento black's beautiful à brasileira*. Focar *Raça Brasil*, a partir da "pedagogia da práxis das interações cotidianas", nos permitiu compreender e inscrever os processos sociais por ela desencadeados como de suma relevância para a história das relações interétnicas no Brasil.

Abstract

Key words: *Raça Brasil* Magazine, *praxis* pedagogy of the daily interactions, complexity, interethnical relations Black Brazilians.

In September of 1996 the magazine *Raça Brasil* was released. This magazine about Black Brazilians is a product of *Simbolo* publishing house. *Raça Brasil* is the target of a series of controversial (papers or T.V. programs or whatever they are) that are trying to minimize or eliminate completely the importance of its publishing.

Based on the theoretical fundamentals developed by Edgar Morin, it was possible to identify the subjects that arise from this publication which we conveniently call "Be 100% Black : The Movement Black's Beautiful à Brasileira." To focus *RB*, from the "*práxis* pedagogy of the daily interactions", allowed us to understand and inscribe the social processes unleashed by it as extremely important for the history of the interethnical relations in Brazil.

Anexos

Anexos A

Anexos A

Reprodução de *e-mail* de um integrante de FBC e CIN:

O que vou tentar expor aqui é um pouco do que se passa no dia dia de uma das salas de bate papo mais interessantes do mundo virtual.eu começei a tc na net (linguagem de internauta) a mais ou menos uns 3 anos e desde então passo horas na frente de um computador. Sou filhos de negros e espanhóis , tendo a pele negra , assumo minha negritude de corpo e alma.
Quando se entra em uma sala de bate papo qualquer, entramos em contato com os mais variados tipos de pessoas. Logo rola aquelas questões básicas de uma sala de bate papo: como você é? Quantos anos você tem?
Muitas vezes quando se revela ser um negro , o papo logo é cancelado , ou pior ainda , surge o racismo virtual descarado , do tipo : eu odeio negros , ou negros tem que morrer, etc... é claro que os responsáveis estão pouco se lixando para isto.
Como eu não queria ficar perdendo tempo com pessoas vulgares e hipócritas , resolvi adotar um codnome na qual todos teriam a primeira e real impressão com quem estavam falando. Começei a pensar em um novo nick na qual pudesse substituir o original que era Sean (sempre gostei desse nome). Foi então que veio em minha cabeça o nick #NEGRO GATO#. O "NEGRO" para me auto afirmar como um negro dentro da internet e o "GATO" não como um certo toque de narcisismo, mas sim como forma de mostrar à todos o quanto bela é a Raça Negra. Assim surge uma das figuras (personagem) mais famosos do Black Chat: # NEGRO GATO#...."Personagem" no sentido de que esse os codnomes passam a fazer parte da vida real das pessoas.

O primeiro contato.

Uma noite eu estava tc na sala de minha cidade , quando entrou alguém com o nick "Negra Gata". Seu nome era Lilian que mais tarde se tornaria uma grande amiga. Ela me convidou para conhecer o Black Chat , uma sala criada pela Revista Raça Brasil para pessoas Negras e simpatizantes. Meu primeiro contato não foi muito legal , pois não havia nenhuma pessoa na única sala. Conheci o lugar , mas não voltei lá depois. Passaram se alguns dias e novamente fui localizado pelo sistema de busca da UOL , desta vez pôr uma garota chamada Jennifer. Seu nick era engraçado e atraente (é difícil explicar a força que tem esses apelidos), =^ ^= Miau...
Mais ou menos isso...novamente ela me levou para a sala , Agora com umas 15 pessoas. Aí fiquei sabendo que o pessoal marcava horário para se encontrar na sala, geralmente depois das 23:00. Aos poucos o movimento na sala foi crescendo , e aconteceu o primeiro encontro ao vivo , onde os internautas puderam se conhecer. Foi na cidade do Rio de Janeiro , mais tarde seriam realizados outros encontros de nível nacional em Piracicaba , Taubaté, e o próximo a se realizar Cabo Frio -RJ nos dias 15 à 17 de novembro do ano corrente. É claro que a partir daí (maio de 1998) eu nunca mais deixei de frequentar o Chat.
No início de 1999 , uma reportagem na revista Raça Brasil sobre o Chat levou a explosão de frequentadores no mesmo. Foram criadas novas salas e a partir de então as salas ficam cheias quase 24 horas pôr dia.

Os encontros

O ponto mais original da sala, é que a vida do chat acontece ao vivo , e não só no mundo virtual . Vira rotina entre os frequentadores mesmo dos lugares mais distantes se encontrarem para comemorarem aniversários , festas , e datas relacionadas com a cultura negra. Surgem laços de amizade eterna , namoros , e até algumas "briguinhas". (Isto é a vida). Nos dias 01 e 02 de agosto , foi realizado na cidade de Valinhos-SP , o "Arraiá Black Chat" sendo que constatou o maior sucesso com a presença de mais de 160 internautas.

Black Chat tambem é Cultura e Serviço.

Como muitos devem imaginar , o BC não é só lazer , existe projetos de intregração e discussão sobre cultura negra . Projetos estes que visam discutir temas como Racismo e exclusão social do negro na sociedade. Recentemente foi criado pôr participantes da sala o CIN-CONFRATARIA da INTELECTUALIDADE NEGRA que tem como objetivo disseminar a tomada da consciência negra primeiramente pelos integrantes do Black Chat , e depois pôr todos os interessados na sociedade.
Eu acredito que o CNI enfrentará grandes problemas principalmente no que se refere a comunicação , pois por incrível que pareça , a net funciona com um extraordinário veículo de comunicação para quem tem computadores e ao mesmo tempo um objeto de exclusão social para aqueles que não possuem tais privilégios .

REVISTA RAÇA BRASIL

Creio que a revista fez seu papél ao criar o Bc , mas tambem entendo que os interesses dos integrantes do BC e da revista Raça se separam logo em seguida. É difícil conciliar um movimento que envolve problemas socias tão sérios com uma revista que visa expor a beleza humana. Pôr isso creio que o Black Chat deve caminhar com suas próprias pernas e aproveitar a oportunidade de se realizar um movimento de maior possível começando pelo mundo virtual.
Obs: nunca deveremos tirar o mérito da Revista Raça Brasil no sentido do sucesso da criação da sala e da projeção da imagem do negro na sociedade.

CIN

Confraria da Intelectualidade Negra

ANO I Numero 01

DIGA CIN A UM IRMÃO!!!

"Apresentação" da CIN

Símbolo da Intelectualidade Brasileira

Amigos e amigas presentes ao quinto encontro nacional do Black Chat, temos o prazer de apresentar a todos a CIN.(Confraria da intelectualidade Negra).

A CIN tem o objetivo de ser um canal aberto para discussão de aspectos relacionados a negritude no Brasil .

Os tópicos de discussão pretendem abranger os pontos sociais, culturais, econômicos e históricos não só do negro, como do Brasil em geral porque sendo parcela significativa da população de um país multi racial e multi cultural.

Então diga CIN a um irmão e dê a tua contribuição, seja por meio de textos ou por meio de documentos de jornais, revistas. Sugestão de livros. Esse convite é para todos os amigos do Black Chat.

"Inauguração" da CIN.

CIN - Confraria da Intelectualidade Negra, já está atuando, dando seus primeiros passos, iniciais porém firmes e seguros, e agora com essa divulgação, a idéia ficará mais forte e irá abranger o maior número de pessoas.

Por que a CIN ?

Bem a CIN foi uma idéia concebida pelo nosso amigo Paulo Artur e tem como objetivo disseminar a tomada de consciência primeiramente por parte dos integrantes do Black Chat e daí alcançar mais e mais pessoas interessadas na questão . Isso é feito através de textos enviados por nossos participantes-colaboradores nos quais pretendemos que retratem a situação do negro na sociedade atualmente, um pouco de história(a história que não nos ensinam na escola) e é claro um campo aberto para o estudo da negritude e preservação da cultura brasileira, uma vez que se tirarmos a contribuição negra para a nossa cultura, reduzir-se-a nada praticamente.

Por que o Black Chat ?

Bem, nosso comunidade virtual, foi onde travamos os primeiros contatos e é claro irá se expandir mais e mais a CIN.

Um dado particular, o BC agrupa pessoas que tem acesso fácil a informação, pessoas que compõem um grupo privilegiado e que terão participação ativa na CIN, uma vez que no BC, os freqüentadores tem um alto nível cultural .

A nossa "inauguração" virtual /real foi no o último dia 09/10 , virtual pois não podemos contar com todos presentes para participar de debates .

Tivemos a presença de alguns amigos como: Paulo Arthur/Steve Biko. Jorge/Dufy, Claudinha/Cláudia, Edmaster/Ednilson, Juscelino/Celo, Sérgio/BLK, Manoel/Mamboo, Jaqueline/Jac Poderosa, Viviane, Rose/PérolaNegra.

NESTA EDIÇÃO

- Editorial: "A ascensão dos Negros"
- Programa do CIN para o V Encontro Nacional do Black Chat
- Agenda Cultural – novembro/99
- Expediente

EXPEDIENTE DESTE FOLHETO

- Editorial: Paulo Artur (Steve BIKO)
- Diagramação: Cláudia (Claudinha), Ednilson (Edmaster) e Manuel (Mamboo)
- Colaboração: Ana (A Gata), Viviane (Vivi I), Márcia, Cátia, Cristiane (Athena), Suelen/CPS, Rosemary (Pérola Negra), Marcelo

Reprodução do Boletim nº 1 da CIN.

AGENDA CULTURAL

🕮 **13-14-15/11/99** V ENCONTRO NACIONAL DO BLACK CHAT
Rio de Janeiro - Campo Grande
(manhã/tarde/noite)

🕮 **TV Cultura, dia 15/11/99 21h40**
Igualdade social no RODA VIVA
"Sem dúvida, não é a cor que determina a conduta de uma pessoa.
Não é a raça que faz a pessoa agir de certo modo. É o contexto social que causa esse tipo de julgamento que as pessoas fazem de negros, mulatos ou brancos. Provoca um julgamento social nascido de suas próprias experiências sociais". Esta frase é de um dos mais importantes estudiosos sobre relações raciais de todo o mundo: **John Hope Franklin.**

Aos 84 anos, ele é catedrático, professor, escritor e ativista dos direitos civis. Possui 105 títulos de doutor honorário de diversas faculdades, já foi presidente das três principais associações de História dos Estados Unidos e até recebeu a Medalha da Liberdade, dada pelo presidente Bill Clinton. Na **Semana da Consciência Negra,** o RODA VIVA apresenta um programa inédito com o homem que passou a vida inteira investigando e denunciando a discriminação racial.

🕮 **16/11/99** 3ª SEMANA DA CONSCIÊNCIA NEGRA
Associação Cultural Levenbod n' Zumbi
Escola Mário de Toledo
Av. Dartura, 102
Palestras / Exposições / Shows de Maculelê - Mestre Barba

🕮 **TV Cultura, dia 17/11/99 23h30**
A presença do negro na produção audiovisual no ZOOM
A importância da cultura negra é evidente na música, na culinária e em outras áreas da arte brasileira. Mas qual é a participação do negro na produção audiovisual? Para responder a esta pergunta, na **Semana da Consciência Negra,** o ZOOM preparou um programa especial. Além de mostrar quatro filmes inéditos de realizadores negros, o programa faz uma homenagem a um dos maiores artistas negros da história do cinema brasileiro, Grande Othelo (1915- 1993). O programa traz depoimentos de diretores negros e uma cobertura do Segundo Encontro de Produtores e Realizadores Negros, que aconteceu dia 3 de novembro na Pinacoteca do Estado de São Paulo. Na ocasião, foram discutidos o trabalho destes artistas.

Gênesis 22, de Jefferson De; Amor no Calhau, de Celso Prudente; Retrato em Branco e Preto , de Joelzito Araujo; e One, (foto), de Jefferson De, são os vídeos presentes no programa. Além de entrevistas com os diretores destes trabalhos, o programa traz uma conversa sobre linguagem cinematográfica com os diretores Ari Cândido, Valdir Onofre e Noel de Carvalho, entre outros.

🕮 **18-19-20-21/11/99** FECONEZU
Botucatu - Interior do Estado
(Fulô estará aqui)
Centro de Eventos de Caieiras
Semana da Consciência Negra Brasilândia

20/11/99 "Consciência"

"Devido a descoberta de uma das maiores manifestações de rebeldia negra ocorrida na história que foi a dos "Quilombos dos palmares", os negros tiveram uma chance de escolher uma data história (cívica).
Ao contrário do dia 13 de maio "Dia da Abolição" suposta aliviação para ocultar revoltas negras.
Somos uma nação? Temos os mesmos ideais?
Mas somos participantes de uma forma bem ativa na economia de nosso pais, como consumidores, produtores e divulgadores.
Essa força pode ser concentrada?
Segue uma programação para podemos prestigiar, trabalhos desenvolvidos por nossos semelhantes.

🕮 **Centro Cultural SP**
Rua Vergueiro, 1000 Paraíso - SP
Dia: 16 a 21 /11 de terça a Sexta-feira
Horário: 9:00 às 22:00hs
sábado das 10:00 as 17:00hs
domingo das 10:00 as 15:00hs
Semana da Consciência Negra
200 livros raros de obras de Machado de Assis e Cruz e Souza entre outros

Projeto Atitude Negra

🕮 **Centro Cultural Alceu Amoroso Lima**
Rua Henrique Schaumann, 777 - Pinheiros - SP
Dia: 4, 8, 11, 12 e 16/11
Horário: 14:00hs -
Diálogos - Comunicação verbal e não verbal

🕮 **Centro Cultural Vicente de Carvalho**
Rua Guilherme Valência, 210 - Cohab II Itaquera - SP
Dia: 8 a 12/11
Horário: 14:00hs
Diálogos - O que é cultura Negra hoje?

🕮 **Centro Jacob Salvador Zveibil**
(Acesso a Memória e do viver Afro-Brasileiro) Jabaquara - SP
Dia: 20/11
Horário: 18:00hs
Tambores

cm 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 unesp 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28

Centro Cultural do Butantã
Rua Junta Mizumoto, 13 - Jd Peri Peri - SP
Dia: 20/11
Horário: 15:00hs
Afro-Brasileiro - Encontro Cultural

Centro Cultural Mário de Andrade
Rua da Consolação, 94 São Paulo - SP
Dia: 16 a 30/11 (seg a sexta)
Horário: 9:00 as 18:00hs
Pintura Afro-Brasileira - Cadernos negros

Centro Cultural Mário de Andrade
Rua da Consolação, 94 São Paulo - SP
Dia:16 a 30/11
Horário: 9:00 as 21:00hs
Sábado as 9:00 as 18:00hs
Representação do negro na arte brasileira

Álvaro Guerra
Av. Pedroso de Morais, 1919 Pinheiros- SP
Dia: 1 a 30/11 (seg a sexta)
Horário: 8:00 as 17:00hs
Sábado as 9:00 as 13:00 hs
Nosso verde -amarelo é negro

Presidente Kennedy
Av. João Dias, 822 Santo Amaro - SP
Dia: 5 a 30/11 (seg a sexta)
Horário: 9:00 as 17:00 hs
Sábado 9:00 as 12:00hs
Lutas na senzala

SEMANA DA CONSCIÊNCIA NEGRA
NO MEMORIAL DA AMÉRICA LATINA
Av. Auro Soares de Moura Andrade, 664 - ao lado do Metrô Barra Funda
Informações : 3823-9719

26/11/99 - Palestra no Anexo dos Congressistas às 20:00 hs.
"O Estereótipo do Negro nos Meios de Comunicação"
(entrada franca)

27/11/99 PALESTRA: A Cultura como Forma de Resistência
14h00 (entrada franca)
PALESTRA: A contribuição do Negro na Formação e Desenvolvimento do Brasil
18h00 (entrada franca)

27/11/99 - Palestra no Anexo dos Congressistas às 18:00 hs.
"A Contribuição do Negro na Formação e Desenvolvimento do Brasil"
(entrada franca)

NEGROS TEM MENOS EMPREGOS E MENORES SALÁRIOS

O problema foi identificado nas seis regiões metropolitanas pesquisadas, e com mais intensidade em São Paulo e Salvador. O desemprego entre os negros em Salvador chega a 25,7%. Entre os não-negros, a taxa é de 17,7%.

Os trabalhadores negros recebem apenas 47,4% do salário dos não-negros. E as mulheres negras ganham apenas 28,3%. Em São Paulo, o desemprego entre os negros chega a 22,7%. Entre os não-negros, 16,1%. E os salários equivalem a 50,6% do que ganham outros grupos.

A pesquisa do Dieese foi feita durante um ano, a pedido do Instituto Sindical Interamericano pela igualdade racial. E ouviu 30 mil pessoas.

http://www.redeglobo.com.br/programas/jn/atual/index.htm

PROGRAMA V ENCONTRO NACIONAL

Abertura - O que é o CIN
Exposição - Textos
Debate - "A Ascensão dos Negros" - Vídeo e Palestra (Reportagem exibida na TV Record)
Palestra - (gravação de depoimentos) - exibição de dados PP
Conexão com o micro

EDITORIAL

CULTURA DE UM POVO

"Os elementos de mudança são inerentes ao passar do tempo e às influências externas. A sustentação da base de formação das comunidades passa pela cultura diferenciada, construída com base na História. A construção da cultura com base na História é a garantia de fortalecimento comunitário. A tradição o culto aos antepassados dão chance a que se mantenha uma cultura viva e dinâmica.

São os rituais religiosos e as festas o momento de maior força dentro da comunidade. Há festas internas, sem visitantes, e festas abertas a convidados, mas elas têm igual importância, pois é essa cultura de festas que mantém a identidade. O ritual tem que ser mantido a qualquer custo, pois é ele que inculca os valores nos mais jovens e os reforça nos mais velhos. É ele que garante a continuidade do poder da liderança local. As festas passam a ser o modo de expressão da autoridade e da luta pelos valores intrínsecos à comunidade"

"... a manutenção da cultura, preservando as tradições dos antepassados africanos e ao mesmo tempo dinamizando-as, que dá à comunidade o status atual. Valorizar o passado e recriá-lo no presente é o modo de sustentar sua identidade. As festas são o momento máximo dessa valorização, quando as diferentes culturas, superpostas, levam os moradores a ter orgulho do que são, numa opção de natureza política."

por Glória Moura - D.Sc. UnB

QUESTÃO RACIAL NO BRASIL

"... Em geral, as pessoas concordam em destacar a relação harmoniosa entre os diferentes grupos e jogam sempre o problema para o âmbito pessoal. Toda essa suposta calma envolve, porém, uma maneira problemática de lidar com o 'incômodo'. Não se fala dele, apenas se vive e convive."

por Lilia Moritz Schtwarcz - docente USP

"...por exemplo, de dados que evidenciam que, em questionário realizado em 1988, 97% das pessoas afirmavam não ter preconceito e 98% - dos mesmos entrevistados - diziam conhecer pessoas que possuiam sim, preconceito (...) tratava de parentes próximos, namorados e amigos queridos. Conclusão(...): 'Todo brasileiro se sente como uma ilha de democracia racial, cercado de racistas por todos os lados'" "(...) o preconceito e a discriminação existem, mas são sempre atributos 'do outro'" "feio é admitir a discriminação e não discriminar".

🕮 **27/11/99** FESTA AFRO ADARRUM
GRUTA MADALENA
R. Cardeal Arcoverde, 1393 - Vila Madalena

🕮 **28/11/99** - Show no Auditório Simón Bolívar às 20:00 hs.
"Reynaldo, Arlindo Cruz e Sombrinha, Leci Brandão"
(entrada franca)

Milton Gonçalves

Nome artístico: Milton Gonçalves
Nacionalidade: Brasileira
Natural de: Monte Santo, Minas Gerais (MG)

Ator e Diretor de Teatro, Cinema e TV

"A felicidade do negro é a felicidade guerreira. Axé!"

Anexos B

O questionário encartado na edição de *RB* de agosto de 1997 e a conclusão dos dados obtidos, divulgada no Jornal *Folha de São Paulo.*

O questionário encartado na edição de *RB* de agosto de 1997:

Convite ao leitor da Revista Raça

PRT/SP-5171/97
UP - AC CENTRAL
DR/SÃO PAULO

Caro Leitor,
Você está especialmente convidado a responder o questionário abaixo e participar de um grande estudo que a Revista Raça está fazendo. Sua colaboração é importantíssima e com certeza vai ajudar a melhorar a nossa revista. Afinal, você conhece alguém que entenda mais sobre como fazer a melhor Revista Raça que os próprios leitores da Revista Raça?

Por favor, responda às perguntas deste encarte e envie pelo correio (não precisa selar). Logo, logo divulgaremos a pesquisa e você, leitor da Raça, vai conhecer os resultados. Um grande abraço e obrigado.

CARTA-RESPOSTA
NÃO É NECESSÁRIO SELAR

O SELO SERÁ PAGO POR:
Grottera Serviços a Marketing Ltda.

05999-999 SÃO PAULO - SP

Rem.:

End.:

Nas perguntas onde houver ☐ assinale com um x. Onde houver um traço, escreva a resposta. (Os números são apenas códigos para o computador.)

1. Qual o seu sexo? Masc ☐ 1 Fem ☐ 2

2. Estado Civil:
Solteiro ☐ 1 Casado/mora junto ☐ 2
Separado ☐ 3 Viúvo ☐ 4

3. Você tem filhos? Sim ☐ 1 Não ☐ 2
Quantos?
Idade de cada um: 1____ 2____ 3____
4____ 5____ 6____

4. Qual a sua idade:____

5. Qual sua profissão?____

Que cargo você ocupa atualmente?____

6. Em que cidade e Estado você mora?____

7. Qual seu nível de escolaridade?
Primário incompleto ☐ 1
Primário completo/ginásio incompleto ☐ 2
Ginásio completo/colegial incompleto ☐ 3
Colegial completo/superior incompleto ☐ 4
Superior completo ☐ 5

8. Qual o nível de escolaridade da pessoa que dá a maior contribuição financeira para as despesas da casa? Se essa pessoa for você, deixe em branco.
Primário incompleto ☐ 0
Primário completo/ginásio incompleto ☐ 5
Ginásio completo/colegial incompleto ☐ 10
Colegial completo/superior incompleto ☐ 15
Superior completo ☐ 21

9. Se você trabalha, em qual destas faixas de salário você se encontra atualmente?
até 262 Reais ☐ 1
entre 263 e 496 Reais ☐ 2
entre 497 e 1.064 Reais ☐ 3
entre 1.065 e 1.770 Reais ☐ 4
entre 1.771 e 2.943 Reais ☐ 5
entre 2.944 e 5.554 Reais ☐ 6
+ de 5.555 Reais ☐ 7

10. E qual a sua renda familiar, ou seja, em que faixa se encontra a soma da renda de todas as pessoas da sua casa?
até 262 Reais ☐ 1
entre 263 e 496 Reais ☐ 2
entre 497 e 1.064 Reais ☐ 3
entre 1.065 e 1.770 Reais ☐ 4
entre 1.771 e 2.943 Reais ☐ 5
entre 2.944 e 5.554 Reais ☐ 6
+ de 5.555 Reais ☐ 7

11. Quando sobra dinheiro do que você ganha mensalmente, onde você aplica?
Dólar ☐ 1 Caderneta de poupança ☐ 2
Conta remunerada ☐ 3 Outros:____
E quanto você aplica por mês, quando sobra?
R$____

12. Anote os itens que você tem em sua casa e quantos tem de cada um:

	Tem	Quantos?
Aparelho de TV	☐	☐
Aparelho de TV em cores	☐	☐
Aparelho de TV c/ controle remoto	☐	☐
Rádio (excluindo o do carro)	☐	☐
Banheiro	☐	☐
Automóvel	☐	☐
Empregada mensalista	☐	☐
Aspirador de pó	☐	☐
Máquina de lavar roupa	☐	☐
Videocassete	☐	☐
Geladeira	☐	☐
Freezer	☐	☐
Forno de microondas	☐	☐
Máquina de lavar louça	☐	☐
Filmadora de vídeo	☐	☐
Toca-disco laser (CD)	☐	☐
Computador	☐	☐

13. Escreva o nome da 1ª marca que lhe vem à cabeça quando você pensa em:
Sabão em pó____
Banco____
Automóveis____
Refrigerante____
Sorvete____
Cigarro____
Uísque____
TV____
Margarina____
Maionese____
Iogurte____
Geladeira____
Plano de saúde____
Desodorante____
Cerveja____
Tênis____

14. Quais são suas maiores aspirações para o futuro. Escolha até 3 das opções abaixo.
Abrir seu próprio negócio ☐ 1
Começar a trabalhar ☐ 2
Ganhar mais dinheiro ☐ 3
Viajar ☐ 4
Criar filhos ☐ 5
Morar no exterior ☐ 6
Casar ☐ 7
Ter casa própria ☐ 8
Comprar ou trocar de carro ☐ 9
Estudar ☐ 10
Fazer plástica ☐ 11
Você tem outras aspirações que não estejam nesta lista?
Quais?____

15. Em que raça você se enquadra
Negra ☐ 1 Branca ☐ 2 Mulata/Morena ☐ 3
Outras:____

16. Se você é casado, qual a raça do seu/sua companheiro/a?
Negra ☐ 4 Branca ☐ 5 Mulata/Morena ☐ 6
Outras:____

17. Quais são os seus 3 maiores ídolos? (Em qualquer atividade.)
1.____
2.____
3.____

18. Quem é, na sua opinião, o melhor representante da raça negra no Brasil?____

19. Pensando no mundo dos negócios, qual representante da raça negra você admira?____

20. E pensando no mundo da política, qual representante da raça negra você admira?____

21. Na sua opinião o que é ser um negro bem-sucedido? Descreva.____

22. Dê exemplo de um negro que você considere bem-sucedido:____

23. Cite exemplos de produtos em que a raça negra não tem opções disponíveis no mercado, dos seguintes itens:
Higiene pessoal____
Alimentação____
Móveis e utensílios do lar____
Vestuário/Moda____
Produtos de beleza____

24. Anote se você Concorda Totalmente, Concorda em Parte, Discorda em Parte ou Discorda Totalmente.

	Concordo totalmente	Concordo em parte	Discordo em parte	Discordo totalmente
Quando vejo um negro sendo usado como objeto na TV, eu me sinto agredido.	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4
O branco, em geral, compra mais supérfluo que o negro.	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4
Quando eu vejo um negro na propaganda eu me sinto mais induzido a comprar o produto.	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4
Montar um negócio de produtos voltados para o negro é um excelente investimento.	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4
O negro consome menos porque ganha menos.	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4
Os produtos específicos para negro são pouco divulgados.	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4
Ter produtos dirigidos para o negro é bobagem: Negro compra as mesmas marcas que o branco.	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4
Acho de bom gosto e bem-humoradas as brincadeiras com negros na propaganda.	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4
Pouco a pouco está aumentando o poder aquisitivo dos negros no Brasil.	☐ 1	☐ 2	☐ 3	☐ 4

25. No geral você:
Assiste à TV? Não ☐ 1 Sim ☐ 2
Que programas?____
Ouve rádio? Não ☐ 1 Sim ☐ 2
Que programas?____
Lê revistas? Não ☐ 1 Sim ☐ 2
Quais?____
Lê jornal? Não ☐ 1 Sim ☐ 2
Quais?____

26. Você é assinante da Revista Raça?
Sim ☐ 1 Não ☐ 2

27. Você chegou a comprar algum produto que viu anunciado na Revista Raça?
Sim ☐ 1 Não ☐ 2

28. Anúncios de quais produtos você gostaria de encontrar na Revista Raça, além dos que já existem?____

29. Você é assinante de alguma TV por assinatura/cabo?
Sim ☐ 1 Não ☐ 2 Qual____
TVA ☐ 1 Net ☐ 2 Multicanal ☐ 3 Direct TV ☐ 4
Alguma outra?____

30. Você assinaria uma TV especialmente voltada para assuntos de interesse do negro?
Sim ☐ 1 Não ☐ 2

unesp

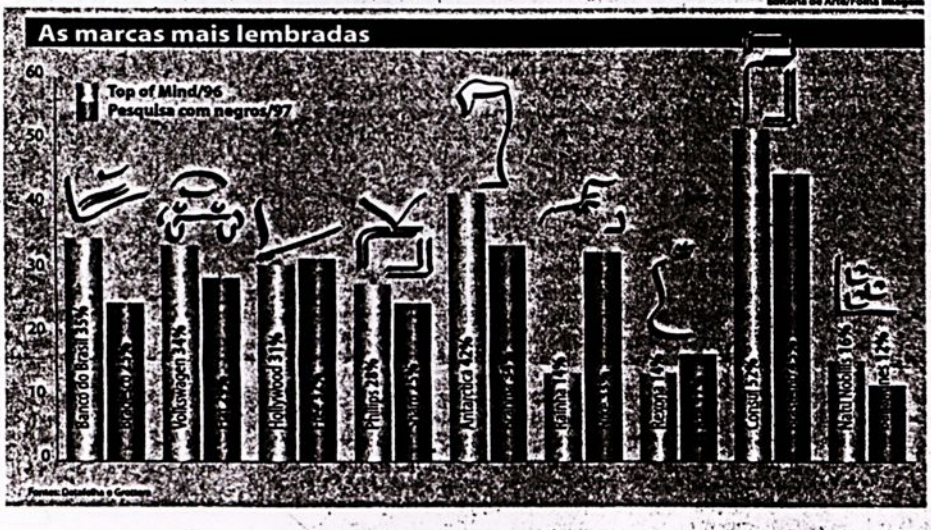
Anexos B

O resultado da pesquisa de *Grottera*.

FOLHA DE S.PAULO segunda-feira, 3 de novembro de 1997 negócios 2 ■ 7

MARKETING *Renda familiar média é de R$ 2.311,00, segundo estudo da Grottera*

Negros de classe média são 7 milhões, diz pesquisa



CÉLIA DE GOUVÊA FRANCO
da Reportagem Local

A classe média negra e mulata do Brasil é quase do tamanho da população adulta de Portugal (que tem 10 milhões de habitantes no total): são 7 milhões de consumidores com renda familiar mensal média de R$ 2.311,00.

Essa é uma das conclusões de um levantamento feito por uma agência de publicidade para definir o perfil do consumidor negro.

O levantamento feito pela Grottera Comunicação não obedeceu todos os critérios de uma pesquisa tradicional porque foi feita por meio de questionários encartados em uma revista dirigida ao negro, consultando, portanto, o público leitor de revistas, cujo perfil não é igual ao da população brasileira.

O total de respostas recebidas foi, porém, bastante expressivo: 3.250, sendo que foram tabulados 1.500 questionários.

"O desconhecimento sobre os consumidores negros mostra descaso das empresas. Será que não valeria mais a pena investir em produtos para esses 7 milhões de consumidores aqui no Brasil do que tentar vender mais para os países do Mercosul?", indaga Luiz Grottera, diretor da agência.

Consumidor compulsivo

Trabalhando há dez anos em finanças, Edson Nascimento, 33, técnico em investimentos da Fundação Cesp, não esconde que gosta de consumir.

"Posso me considerar consumidor compulsivo e vaidoso."

Ele não se sente, porém, plenamente atendido nas suas necessidades específicas como negro.

"As empresas estão despertando para o imenso potencial consumidor da população negra."

Marcas mais lembradas são diferentes

da Reportagem Local

A pesquisa feita pela Grottera Comunicação descobriu que os consumidores negros preferem marcas de produtos e serviços diferentes da média da população.

Para isso, a pesquisa usou exatamente as mesmas perguntas sobre a preferência dos consumidores feitas pelo Datafolha no seu levantamento anual Top of Mind.

Os resultados foram diferentes dos obtidos pelo Datafolha em oito das 22 categorias de produtos ou serviços pesquisadas.

O levantamento da Grottera não consegue indicar com precisão as razões da preferência do consumidor negro por uma marca porque foi uma pesquisa quantitativa, não qualitativa. "Em alguns casos, é possível imaginar uma explicação", diz Luiz Grottera.

Ele cita um caso: a marca de desodorante mais lembrada pelo consumidor brasileiro, segundo o Datafolha em 1996, foi Rexona. Já a pesquisa da Grottera indicou que 17% dos consultados lembraram primeiro da marca Axe.

"Acho que o nome Axe chama muita a atenção do negro por ser escrito da mesma forma que axé sem o acento agudo".

22 Estados

O levantamento feito pela Grottera procurou levantar as dimensões da classe média negra brasileira como consumidora, sem tentar descobrir seu perfil sociológico ou político.

Segundo os dados mais recentes do IBGE (Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), de 1995, 5% da população brasileira se classifica como negra e outros 40%, como parda (conforme a terminologia oficial). No total, são 68,6 milhões de negros e pardos.

A Grottera recebeu 3.250 respostas dos questionários encartados na edição de agosto da revista "Raça Brasil".

Foram usadas 1.500 respostas, sendo que os critérios para tabulação seguiram o perfil médio do leitor de revistas segundo a Marplan.

Foram recebidas respostas de 22 Estados, sendo que 60% dos questionários foram enviados de capitais e 40% de cidades do interior.

Do total de respostas tabuladas, 52,7% eram de mulheres —no perfil do leitor de revistas da Marplan, o público é dividido em 54% de mulheres e 46% de homens. (CGF)

cm 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18
unesp

Anexos C

Visual Raça, produto do grupo *Raça*, e a obsessão por cabelos.

A obsessão por cabelos e a idiossincrasia despertada pelos signos da ordem: "cabelo bom".

Cabelo "bom"?

"A questão da linguagem é muito complicada, mas é fundamental [__ comenta Inocêncio In: Meios de comunicação e diversidade racial (seminário), Brasília, 1998. p. 40.]. O meu corpo é um corpo político, e é importante que nós, negros, afrodescendentes, e também os que não são afrodescendentes, entendamos. Um cabelo só é ruim mediante algum problema, como uma doença: seborréia, piolho. E aí é o cabelo de qualquer ser humano."

Observemos a seqüência de anexos aqui reunidos.

grandes dicas

DICAS Biojan

RELAXAMENTO

Por se tratar de uma "transformação química", o relaxamento nos cabelos, e sua respectiva manutenção, requer cuidados especiais. Pensando nisso, a BIOJAN criou uma linha de produtos adequados às condições climáticas e ambientais do Brasil, com matérias-primas de última geração tecnológica.

DENTRO DE SUA LINHA COMPLETA DE PRODUTOS CAPILARES, A BIOJAN DESTACA A LINHA DE MANUTENÇÃO PARA CABELOS CRESPOS:

GEL ATIVADOR DE CACHOS, GEL BRILHO MOLHADO, SHAMPOO CABELOS SECOS E QUEBRADIÇOS, SHAMPOO NEUTRO SEM SAL, BIO AMACIANTE, HIDRATANTE PARA CABELO, MÁSCARA PARA CABELO, BIOSILICA REPARADOR DE PONTAS, E BRILHO LUMINOSO PROTETOR CAPILAR.

BIOJAN
Qualidade no Cuidado dos seus Cabelos.
Este Sim é Nacional.

Janine e Trez Comércio de Biocosméticos Ltda.
Centro Técnico e Loja de Fábrica: Rua Capitão Pinto Ferreira, 26, Cep: 01423-020,
São Paulo Fone/Fax: (011) 884-1754 / 884-1354

ALONGAMENTO & RELAXAMENTO
DE CABELOS

Supreme Beauty®

Centro especializado em alongamento, entrelaçamento, Nó Italiano, Ponto Americano, Mega Hair, Trança Jamaicana. Trança Africana, Relaxamento, Amaciamento, Alizamento, Permanente Afro, Cortes, Depilação, Tintura e outros...

PREÇOS PROMOCIONAIS
Otimas condições para pagamento
Faça uma avaliação
Totalmente gratuita
Venha Conferir!

ACEITAMOS CARTÃO DE CRÉDITO ATÉ 12 VEZES

Rua Conselheiro Saraiva, 223 - Santana
(Estacionamento Próprio)

Fone: 6959-2839

R.C. CABELO & CIA

Os Melhores do Brasil em Cabelos Étnicos

CABELEIREIROS COM FORMAÇÃO INTERNACIONAL

FEMININO E MASCULINO
CORTES - CURL - PENTEADOS
HIDRATAÇÃO - ENTRELAÇAMENTO
PERMANENTE AFRO - RELAXAMENTO
MANICURE - DEPILAÇÃO
ESTÉTICA FACIAL E CORPORAL

CONSULTA GRÁTIS!

credicard - mastercard - diners - redeshop
à vista com 10% de desconto

Prestamos consultoria em todo o Brasil

LUZ 187 - SUB-SOLO - Loja 10 - C
(011) 3159.3454 / (011)

Uma revista do grupo RAÇA

ViSUAL
cabelos crespos

Um salão de beleza só para você!

Todo mês em todas as bancas

unesp

casa do cliente

25 sexta

Setembro/98 Crescente

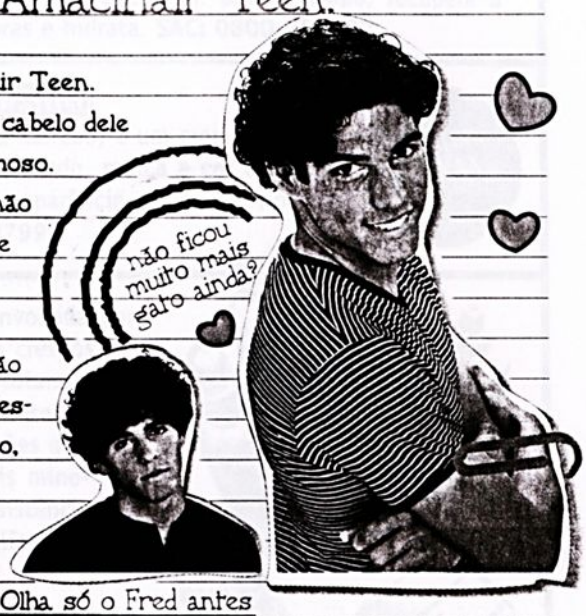
Oi Diário,

Nem te conto o que aconteceu!

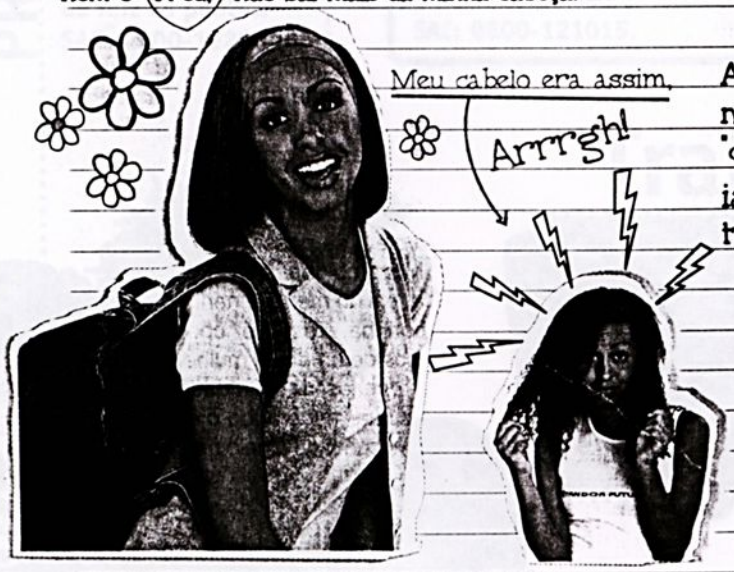
Finalmente, o Fred olhou pra mim e falou: "oi Tina, tudo bem?

"Você percebeu a força desse "oi tudo bem", Diário? São seis meses de investimento, cento e oitenta dias de dedicação, quatro mil trezentas e vinte horas de espera e apenas uma- umazinha só - aplicação de AmaciHair Teen.

E adivinha só, eu descobri que o Fred também usa AmaciHair Teen. Claro que não dá nem pra perceber, a gente só nota que o cabelo dele é macio, solto, lindo, divino, cheiroso e totalmente maravilhoso. Aliás, prometi te explicar direito essa história de ser Teen, não foi? É assim: AmaciHair Teen é um Sistema de Amaciamento e Relaxante de Efeito Natural que tira o volume e alarga as ondas (perfeito para quem tem cabelo crespo demais e muito cheio). E o mais legal é que ele tem um Sistema de Manutenção Intensiva, com produtos feitos especialmente para evitar o ressecamento dos cabelos que foram relaxados : xampu, bálsamo, máscara para hidratação, creme para pentear, hidratante capilar, fluído e ativador de cachos. Ai, Di! Essa galera é que nem o Fred, não sai mais da minha cabeça.



Olha só o Fred antes



Agora meu querido, não tem pra ninguém. Dá uma olhada na minha foto de "depois". Eu sabia que AmaciHair Teen ia me dar a maior força. Mas aconteceu tudo rápido demais (me belisca Diário?).

Por falar em beliscar, obrigada mais uma vez por me deixar com os pés no chão (a gente não pode fugir dos conflitos da vida não é mesmo?) O meu, por exemplo, é : faço uma escova e saio com o Fred de cabelo lisão, ou faço mil cachinhos para combinar com os dele?

O que você acha?
Depois eu conto mais.

Tchauuu!

Tina Teen

Olha quem faz o AmaciHair Teen

EMBELEZE
REALÇANDO A BELEZA HUMANA

CABELO BOM

POR MYRNA NASCIMENTO

PROTEÇÃO CONTRA O CALOR

De uso freqüente, o xampu e condicionador Termo Active, da Farmaervas, desenvolvido especialmente para ser ativado pelo calor, contém amino complex, uma fibra que protege os fios da raiz às pontas. SAC: 0800-122911.

3 OPÇÕES, 3 SOLUÇÕES

MAIS BRILHO E MACIEZ... Os cachos com permanente, alisados ou tingidos, ganharam mais um aliado: o creme umidificante **Fashion Hair,** da Niely. Além de unir as pontas duplas com máxima ação, em pouco tempo, recupera a saúde das fibras e hidrata. **SAC: 0800-256222.**

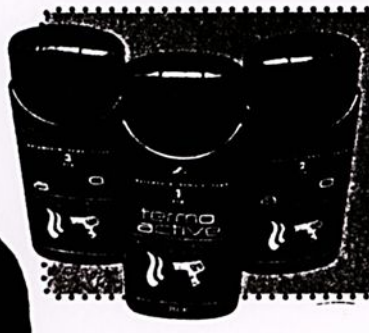
MADEIXAS COM ESTILO

Styling Wax, da Kanebo, é um creme colorido que define o penteado, realça a cor desejada e elimina aquela aparência oleosa dos fios. **SAC: 0800-179799.**

CRESPOS BEM CUIDADOS Desenvolvida para tratar especialmente dos cabelos crespos, a linha da **OX Marrow,** à base de tutano de boi, promete cuidar intensamente da saúde dos fios que sofrem agressões químicas. Com gotas nutritivas, sais minerais e vitaminas, aumenta a resistência capilar. À venda em lojas especializadas e grandes magazines. **SAC: 0800-121015.**

FOTOS: ANDRÉ MOURA

Trabalho completo



Proteção, filme é uma película que garante brilho extra aos cabelos. O tratamento **Termo Active,** da Embelleze, composto por xampu, condicionador e loção para a finalização de escova, agrega ingredientes que se fixam nos fios, impedindo os efeitos do sol, da poluição e dando forma ao cabelo. **SAC: 0800-212667,** à venda em todo o Brasil.

Piercing de cabelo

A nova mania que vem da Itália já está na cabeça dos mais sintonizados com a moda. São os mínis, quase micros, prendedores de cabelo, usados apenas para dar um charme ao penteado. Arrojados, a ordem é "quanto mais, melhor".

DICA: use-os em pontos estratégicos da cabeça, como nas laterais ou na parte frontal — imitando uma tiara — para criar um efeito natural.

À VENDA NA JOLY, QUIOSQUE A-5, PISO TÉRREO DO SHOPPING IGUATEMI, TEL.: (0XX11) 813- 6514, SÃO PAULO, SP, OU NA BIJOUX WAY, LOJA 18, 1º PISO DO SHOPPING IGUATEMI, TEL.: (0XX21) 577-2962, RIO DE JANEIRO, RJ.

unesp

Anexos D

Fragmentos da entrevista de Carlinhos Brown à *RB* nº 1, p. 12-5 e a carta de posicionamento do leitor:

RAÇA — *Você já disse que somos uma pátria que deu certo, que passamos pela escravidão e que negros e brancos sofreram com ela...*

BROWN — Eles foram mais escravos do que os negros. Tenho orgulho de dizer isso. Por que foram mais escravos? Porque não tinham nenhum talento para mexer com cana-de-açúcar. Eles foram escravizados por aquele serviço e o prazer daquele meu povo era adocicar a vida deles. Eu não aceito ser escravo sozinho. Então os escravos, aqueles negros lindos africanos, seduziam aquelas portuguesas...

RAÇA — *E vice-versa: o branco também "seduzia" a mulher negra.*

BROWN — Claro! Mas quantas senhoras de engenho não levamos à loucura! Quantas nos amaram! É o que eu chamo de "fábula da colônia". Então, por que é que vou ficar achando que nego me bateu, ai, ui, meu lombo tá doendo. Passou o momento de mártir da cultura. Agora eu quero o meu império de volta. Eu sou bonito, tenho uma revista sobre negros que está me convidando para falar a essa "raça Brasil". Olha só que avanço.

RAÇA — *No Brasil, quem ostenta é o branco, você não acha?*

BROWN — Quem ostenta é qualquer ser humano vaidoso, não precisa ser nem branco, nem negro.

RAÇA — *Mas o negro é tão excluído...*

BROWN — Excluído do quê?

RAÇA — *Da sociedade.*

BROWN — Que sociedade? Ele é que se transforma em excluído. Eu, por exemplo, sou um homem miscigenado no Brasil e digo com alta firmeza: adoro pertencer à etnia da África, mas não queria nascer lá de jeito nenhum. Naquela miséria? Com Ebola, com gente morrendo de fome? Aquele é lugar pra mim? Não é. A África, com toda sua fragilidade, aceitou ser colonizada, escravizada. Isso é coisa de um povo fraco. Isso não é o "meu" povo. Meu povo tem força, é rei. Sabe sobreviver do caos. Meu povo é o mesmo que construiu o Brasil, mas não um que se deixa engolir pelo Brasil.

Carta não publicada, enviada à *RB*, na ocasião da referida entrevista:

São Paulo, 26 de novembro de 1996

À

REVISTA RAÇA

Congratulo-me com a iniciativa da criação da revista Raça, a meu ver, um importante vetor de promoção da auto-estima dos afrodescendentes no Brasil.

Lamento ter que usar este espaço para responder as agressões dirigidas contra a África e o seu povo por Carlinhos Brown, na primeira edição desta revista, que considero mais um espaço de confraternização, de comunhão de esperanças e do ideal transformador, do que uma arena de tiros ao alvo. Contudo, não posso me abster ante os absurdos proferidos por este cidadão.

O referido artista que, de acordo com a entrevista, se mostrou superior aos guardas do Vaticano quando estes, supostamente por preconceito, não o deixaram entrar na Capela Sistina para apreciar obras de arte, revelou-se um ser inferior, preconceituoso, de débil capacidade de percepção histórica e completamente alheio à ética, ao se referir de forma desdenhosa à África e ao povo africano.

Carlinhos Brown desrespeita outrossim a todos os brasileiros que têm, e reconhecem, no continente africano, um legado de sangue e de cultura.

A afirmação de que o povo africano é fraco, que aceitou a colonização e a escravatura, é uma reprodução sofismada dos preconceitos secularmente veiculados pelas classes dominantes através de seus órgãos de formação e difusão de opiniões idiotizantes, que só pessoas despreparadas aceitam.

Jamais, um povo que tem Lumumba, N'Krumah, Mandela e porque não Zumbi dos Palmares e tantos outros, pode ser considerado fraco.

Jamais um povo que da sua tribo, se levanta e se organiza para enfrentar e derrotar o colonialismo europeu, tanto na esfera militar como na diplomática é um povo fraco.

A África vive hoje momentos particularmente dificeis, por contingências históricas, que o seu povo se encarregará de transformar, mesmo porque já deu provas de o ser capaz.

Desta feita e como africano, repudio com veemência as afirmações do Carrinhos Brown relacionadas à África. Este indivíduo desconhece qualquer aspecto da realidade africana e suas opiniões a respeito são imposturas vulgares e levianas.

O respeito ao próximo e a modéstia são princípios nobres que devem ser cultivados e transmitidos às gerações mais novas, através dos nossos exemplos. Por isso, preocupa-me a situação daquelas crianças abrigadas pelas obras sociais do Carlinhos Brown, em quem elas devem ter grande admiração e exemplo a ser seguido, não obstante sua postura ética ter se mostrado questionável.

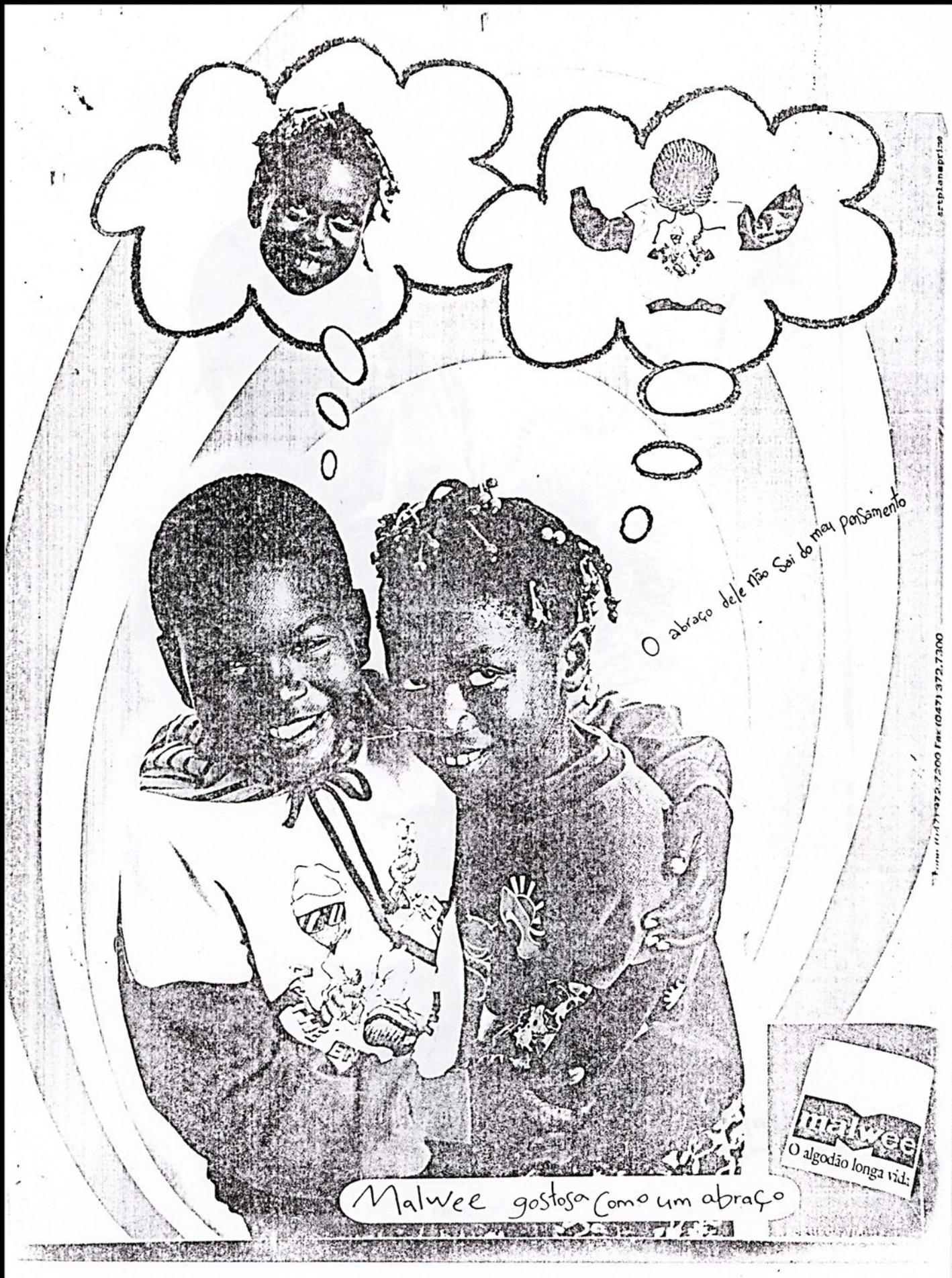
Carlinhos Brown deve a todos os africanos e brasileiros afrodescendentes uma retratação; e só não a fará, para confirmar a sua arrogância e despreparo.

Orlando Cristiano da Silva
Estudante Africano Pós-Graduando na USP
São Paulo - SP

Texto concedido pelo autor.

Anexo E

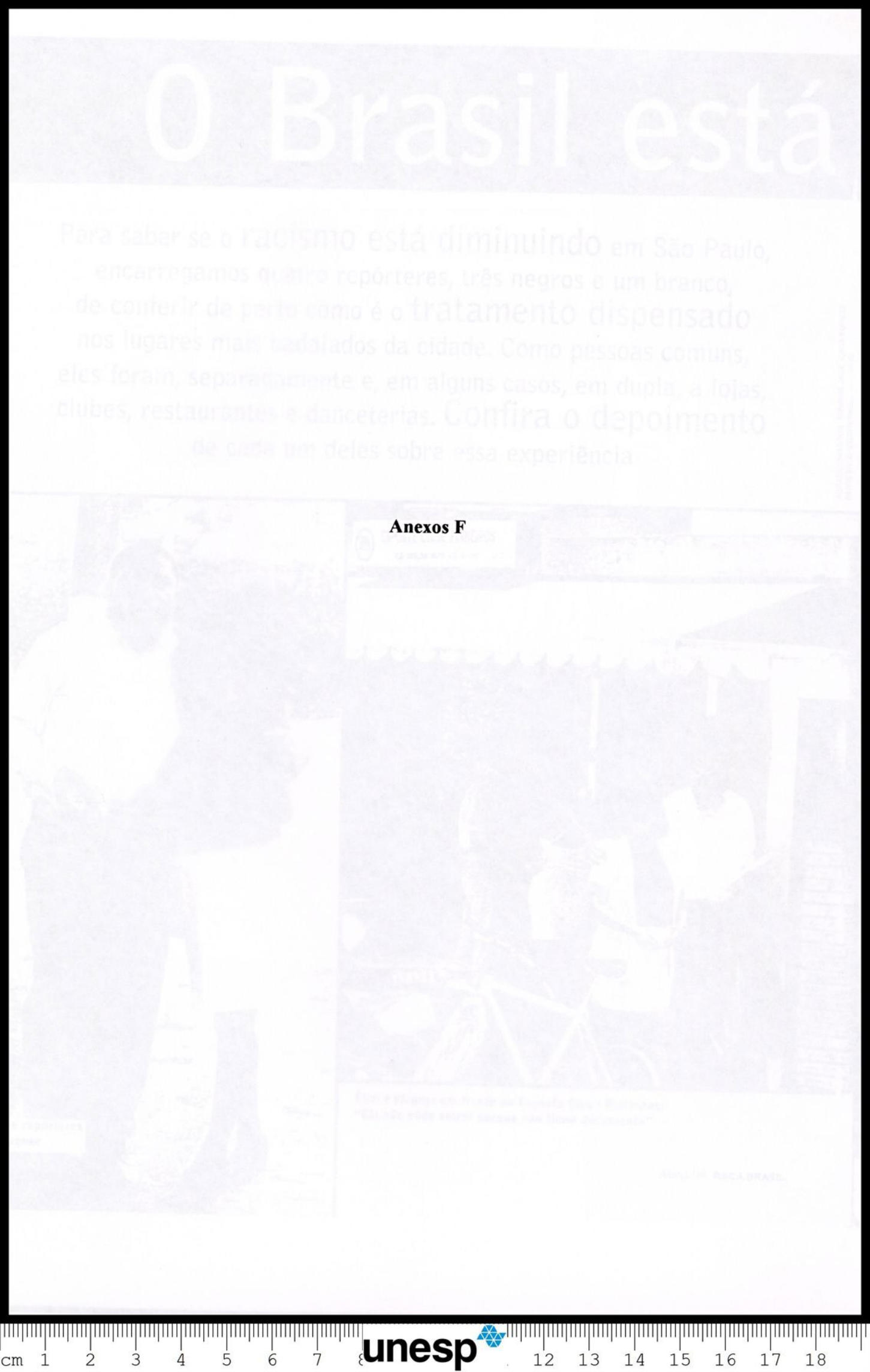
A relação *Malwe* & afrodescendentes: em um primeiro momento, *Malwee* é apenas mais uma, dentre os anunciantes na revista.


O abraço dele não Sai do meu pensamento
malwee
O algodão longa vida
Malwee gostosa Como um abraço

ARTPLAN PRIME
Coleção Inverno Malwee, para você ficar com todo mel.
Malwee
gostosa como um abraço
Fone (047) 372-7200 Fax (047) 372-7300
www.malwee.ind.br

Em *RB*, nº 34.

Anexos F

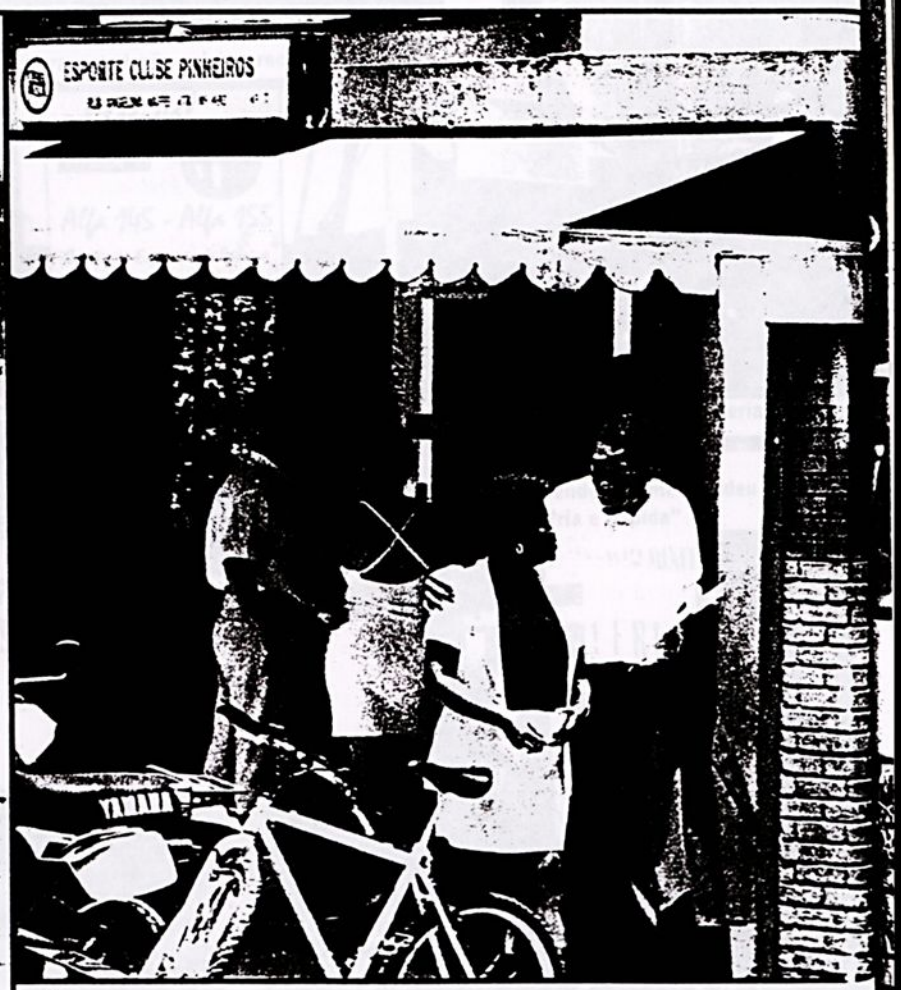

O Brasil está
Para saber se o racismo está diminuindo em São Paulo,
encarregamos quatro repórteres, três negros e um branco,
de conferir de perto como é o tratamento dispensado
nos lugares mais badalados da cidade. Como pessoas comuns,
eles foram, separadamente e, em alguns casos, em dupla, a lojas,
clubes, restaurantes e danceterias. Confira o depoimento
de cada um deles sobre essa experiência

O Brasil está

Para saber se o racismo está diminuindo em São Paulo, encarregamos quatro repórteres, três negros e um branco, de conferir de perto como é o tratamento dispensado nos lugares mais badalados da cidade. Como pessoas comuns, eles foram, separadamente e, em alguns casos, em dupla, a lojas, clubes, restaurantes e danceterias. Confira o depoimento de cada um deles sobre essa experiência

AGRADECIMENTOS: PANAMA JACK, CASA EURICO, PARKESH, GREGORY, Palace e Hilfig

dupla de repórteres
idi e Wagner



Élidi e Wagner em frente ao Esporte Clube Pinheiros: "Ela não pôde entrar porque não tinha documento"

mudando?

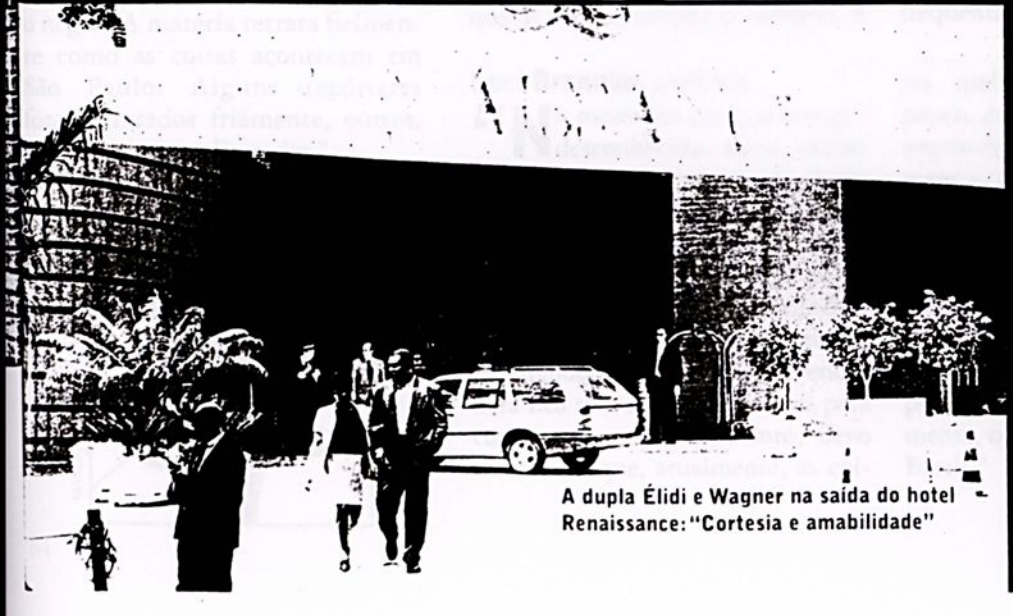
POR ÉLIDI BERTOLINO, WAGNER PRADO, WELLINGTON MORAIS E EDUARDO GIRALDES
FOTOS: ANDRÉ MOURA

Elidi e Wagner no colégio Pueri Domus: a escola assegura que lá não existe preconceito

Elidi confere a vitrine da joalheria Nathan

Wagner nas revendedoras BMW e Fiat: "Atendimento profissional"

Elidi em frente à loja Bruno Minelli: "A vendedora me atendeu de maneira fria e ríspida"



A dupla Élidi e Wagner na saída do hotel Renaissance: "Cortesia e amabilidade"

Famosos dizem se o Brasil está mudando

Zezé Motta, cantora e atriz

"Essa reportagem pega parcialmente a realidade brasileira. É demonstrativa, porém, restrita a São Paulo, que reconheço como o lugar que melhor retrata a multiplicidade de etnias. Mudanças ocorreram. Percebe-se que a maioria da população brasileira é composta por negros, mas seu peso continua a ser de minoria."

Chico César, cantor

"O Brasil está mudando. As pessoas já perceberam que o negro pode ser um bom cliente. Isso tem a ver com a aparência, com a roupa que ele está usando na hora da compra. Já há um arejamento social, uma abertura ao mundo do consumo que se dá através do dinheiro. Na hora da compra não é o ser humano que está sendo visto, e sim o talão de cheques ou o cartão de crédito da pessoa. Por outro lado, o negro quer entrar no mundo do consumo e fica o tempo todo tentando ser aceito. Não se deve chegar num lugar e comprar o melhor só para ser aceito. Tem que comprar porque quer e precisa. O ideal é procurar saber quem você é e ter consciência do processo histórico no qual seu povo está inserido."

SIMBOLO IMAGENS

Ronaldão, jogador do Santos Futebol Clube

"Ainda existe muito preconceito, e ele varia de acordo com a situação socioeconômica da pessoa. E ser conhecido facilita as coisas. Ainda temos muito o que caminhar para melhorar essa situação e a saída é proporcionar uma boa condição cultural e social para o negro. A matéria retrata fielmente como as coisas acontecem em São Paulo. Alguns repórteres foram tratados friamente, outros, não.É assim no dia-a-dia."

MARCELO SOUBHIA/ ABRIL IMAGENS

Luis Alberto Silva, deputado federal (PT)

"Percebi nitidamente nessa matéria que, devido ao processo de luta do movimento negro brasileiro, formou-se um consenso de que o racismo existe. A população hoje tem mais consciência de seus direitos e denuncia o racismo, o que leva alguns setores da sociedade a tomar precauções na hora de tratar o consumidor negro. Isso não significa que o racismo acabou ou diminuiu, ele apenas mudou de forma. Esses setores reconhecem o indivíduo como consumidor, porém, os elementos que mantêm os padrões de relacionamento social entre negros e brancos permanecem. O número de negros que têm acesso a esses lugares ainda é mínimo e eles são vistos como consumidores diferenciados."

ANTÔNIO MILENA/ ABRIL IMAGENS

Janete, da Seleção Brasileira de Basquete e do Vaporella/Arcor

"Eu acho que a situação está mudando de forma lenta. Às vezes, é o vendedor, e não o dono do estabelecimento, que dá demonstrações de racismo. E o poder aquisitivo de quem está comprando conta muito nessa hora. Se a pessoa for rica ou famosa, o tratamento é diferente. Quando vou a algum lugar e não sabem quem eu sou, me tratam de um jeito. Quando me reconhecem, o tratamento muda da água para o vinho. Uma forma de mudar essa situação é o negro estar sempre aparecendo, freqüentando lugares badalados."

Leci Brandão, cantora

"No momento em que o negro desconhecido tenta entrar no mundo da classe alta, tudo muda de figura. Já passei por situações semelhantes e sei bem o que é ficar esperando para ser atendida numa butique. Quando o dono da loja descobre que sou artista e faz questão de me atender pessoalmente, a vendedora fica sem saber o que fazer para consertar a gafe. Entretanto, devo reconhecer que, atualmente, as coisas melhoraram um pouco. Afinal, agora os negros denunciam, chamam a imprensa, dão queixa na delegacia e ninguém quer passar por mais constrangimentos. Evidentemente, a nossa conscientização está fazendo com que eles prestem mais atenção. Mas, infelizmente, o racismo ainda continua no Brasil."

Mirafiori

O tratamento foi formal e profissional. O vendedor Nelson Souza mostrou as opções de carros populares: Uno e Pálio. Respondeu tudo de forma atenciosa, mas senti que ele não me encarava, não me olhava nos olhos.

Pedi para ver um Tempra 16 válvulas. Como não tinha, optei pelo Pálio, e o vendedor me ofereceu um de 16 válvulas. Mostrou as formas de pagamento e os acessórios opcionais.

Fui bem atendido. Disse que queria comprar um carro para a minha mulher e o vendedor me indicou um Pálio ED, que custa 14.500 reais. Demonstrei interesse, e então ele me levou até sua sala e me deu as opções de financiamento.

Pedi uma sugestão de um carro para a família. O atendente me mostrou um Pálio Weekend com direção hidráulica, vidro e trava elétricos. O carro custa cerca de 20.000 reais. O atendimento foi rápido.

Casas noturnas

The Gallery
Éramos o único casal de negros. Na entrada, uma recepcionista perguntou se éramos sócios ou convidados do evento que acontecia naquela noite (uma festa do Congresso Internacional de Odontologia). Como não nos encaixávamos em nenhum dos casos, entramos normalmente, pagando a consumação mínima: 40 reais, mulher; e 50 reais, homem. Apesar de a casa estar lotada, fomos atendidos rapidamente e ganhamos uma mesa de frente para a pista de dança.

Limelight
Não tive nenhuma dificuldade para entrar e o tratamento foi normal.

Limelight
20 reais para entrar. Tratamento normal.

Esporte Clube Pinheiros

Chegamos ao clube pela entrada da rua Tucumã e dissemos que queríamos adquirir um título. Fomos orientados a nos dirigir ao portão de visitantes (rua Dona Angelina Maffei Vitta). Lá, uma funcionária pediu nossos documentos. Como a Élidi havia deixado os dela no carro, o segurança não permitiu sua entrada, mesmo eu dizendo que ela era minha mulher. Assim que entrei na secretaria do clube, a funcionária não deu chance de me apresentar e disse: "O senhor sabia que nossos títulos custam 2.500 reais, são individuais e têm uma taxa de transferência de 7.504 reais?". Respondi que não sabia, mas que achava os valores razoáveis. Incrédula, ela explicou todo o procedimento para se associar: o que incluía ter a indicação de cinco sócios do clube há mais de cinco anos. Ela me entregou a papelada e se despediu friamente.

O tratamento foi atencioso. A funcionária explicou tudo o que era necessário para eu me tornar sócio do clube.

Na secretaria do clube, fui informado de que, para ficar sócio, é preciso desembolsar 2.500 reais de título mais 7.500 reais de transferência. Também é necessário ter a indicação de cinco sócios. Tempo de espera para ser atendido: 5 minutos.

Joalherias

H.Stern (rua Oscar Freire)
A vendedora Beth foi muito simpática. Eu disse que queria presentear minha mulher e ela me mostrou jóias da coleção desenhada por Constanza Pascolato. Quis saber algumas características da minha mulher, para mostrar jóias que combinassem com ela. Os valores variavam de 576 a 1.550 reais.

Joalheria Natan
(rua Oscar Freire)
Fui atendida por uma vendedora que me mostrou tudo o que pedi: brincos de ouro e um relógio italiano, de 3 mil reais. Ela o colocou no meu pulso, concordando que era lindo, e disse que eu poderia parcelar o pagamento em até 12 vezes. Durante o tempo todo, o segurança de dentro da loja me observou a distância, mas agiu de forma natural.

Natan (rua Oscar Freire)
Apesar de ter sido atendido logo, tive a sensação de que a vendedora queria se livrar de mim o mais rápido possível. Foi fria, quase mal-educada. O valor das jóias mostradas era de cerca de 300 reais. Só me mostrou outras peças porque insisti, mas foi dividindo o valor em várias parcelas, sem me perguntar qual a forma de pagamento que eu preferia.

Natan (rua Oscar Freire)
Fui atendido assim que entrei na loja e a vendedora me ofereceu colares entre 1.600 e 1.800 reais, que poderiam ser financiados em até seis vezes.

Lojas masculinas

Bruno Minelli/
Shopping Iguatemi
O vendedor Marcos teve o cuidado de me mostrar camisas de cores claras, que, na sua opinião, combinavam melhor com homens de pele escura. Gostei da dica.

Bruno Minelli/
Shopping Iguatemi
O tratamento não foi bom. A vendedora Rosemary, uma moça alta e loira, me atendeu de maneira fria, ríspida e muito rápida. Parecia que queria vender logo e me despachar, apesar de a loja estar vazia.

Empório Armani
(rua Bela Cintra)
Depois de esperar alguns minutos, apareceu uma vendedora, que me apresentou as promoções da loja, sem que eu tivesse pedido. Ela agiu como se presumisse que eu não tinha condições de comprar algo do seu estoque normal. Mostrou-me uma camisa social de 80 reais e foi indelicada, perguntando quanto eu poderia gastar.

Empório Armani
(rua Bela Cintra)
O atendimento foi imediato. O vendedor me mostrou um pulôver de 200 reais uma camisa de 180 reais e um cardigan de 300 reais. Após alguns minutos, falou sobre uma promoção: jaquetas jeans com 50% de desconto (preço final: 117 reais).

	Renaissance São Paulo Hotel	Restaurante Fasano	BMW Concessionária autorizada Audio Star	Colégio Pueri Domus
Wagner Prado	Assim que Élidi e eu chegamos, a recepcionista Vanessa Rolim nos atendeu prontamente. Muito simpática, ela nos mostrou uma lista com as várias categorias de hospedagem e nos ofereceu um quarto de casal De Luxe (diária 330 dólares). Perguntamos qual era o tipo de apartamento mais solicitado e ela nos indicou o Madison (diária de 495 dólares mais 5% de ISS e 1,20 real de taxa de turismo). O atendente André Santana nos levou até lá.	Esse foi o local onde fomos mais bem atendidos pelos funcionários. O maître Piero nos ofereceu o prato do dia (bacalhau com purê de batatas) e traduziu o cardápio. Já ao final da refeição, ele nos ofereceu uma sobremesa extra. Outro maître, Ático, que trabalhou 37 anos no Ca'd'Oro, veio conversar conosco e nos contou a história do Fasano. **Élidi e Wagner na porta do Fasano**	Assim que entrei, fui observado pela moça da recepção por mais tempo que o normal. Ela pediu para eu esperar em pé, apesar de haver várias cadeiras ali. O vendedor Romário Badini Jr. foi simpático e profissional. Pedi para ver a versão compacta duas portas (60.000 reais) e outros modelos quatro portas. Ele mostrou os carros e me passou as formas de compra.	O tratamento foi exemplar. Fomos atendidos por dona Conceição, que conversou conosco durante 20 minutos. Perguntamos se havia crianças negras na escola. Cuidadosa, ela respondeu que "no primário não, só no ginásio" e pediu para não nos preocuparmos, pois a escola não tem nenhum tipo de preconceito e trata da mesma forma todas as crianças.
Élidi Bertolino			O vendedor Eduardo A.C. Prado me ofereceu três carros de preço médio, entre eles, um modelo conversível branco, de duas portas, e um BMW roadster, conversível, duas portas e capô preto, de 84.500 dólares. Ele explicou as formas de pagamento, os acessórios inclusos e detalhou cada modelo descrito no catálogo. Na saída, me deu seu cartão e o catálogo e me acompanhou até a porta.	
Wellington Morais	Fui bem tratado. Perguntei se havia quartos disponíveis e a resposta foi afirmativa.	Fui bem recebido no restaurante. Perguntaram se eu iria tomar algum drinque antes de jantar e, como disse que não, me acompanharam até a mesa. O maître perguntou que tipo de prato eu queria. Escolhi carne, e ele me sugeriu um medalhão, de 39 reais. Pedi água, um copo de vinho e, de sobremesa, uma torta ao tiramissu.	O vendedor que me atendeu parecia querer se livrar de mim. Pareceu-me que ele tinha certeza de que eu não poderia comprar uma BMW. Mostrou alguns carros com uma certa displicência e até impaciência. Pedi para ver o carro mais barato da marca e ele me mostrou um modelo de 63.000 dólares.	Recebi um tratamento atencioso. Solicitei uma vaga para pré-primário e a funcionária afirmou que, apesar de já estarmos no início do ano, eu ainda poderia matricular meu filho. Falou apenas que o menino passaria por um teste, para a escola avaliar qual o seu nível de aprendizado. A matrícula não estava vinculada a esse teste.
Eduardo Giraldes	O atendimento foi imediato e havia quartos disponíveis *(330 dólares por dia* mais taxas).	Depois de ter sido acompanhado até a *mesa, pedi um ravióli* de mussarela de búfula e uma salada de brócolis com queijo de leite de cabra. Para beber, uma água e um café. Total: 70 reais. O tempo todo em que estive no restaurante, o atendimento foi rápido e cordial.	Disse que estava interessado em carros importados e que *queria conhecer a linha* BMW. O vendedor me explicou como são divididas as séries da marca. Pedi para ver o carro mais barato da loja e ele disse que só tinha um modelo (já vendido) que estava no subsolo, mas garantiu ter o carro para pronta entrega. Era o modelo 318 TI-A, que custa 52.484 dólares. Levou-me até o subsolo e, na saída, me deu um catálogo com os demais modelos da marca.	Atendimento atencioso. *Fui informado de que ainda havia vagas para o pré-primário*, nos períodos da manhã e da tarde. A criança teria de fazer um teste para que fosse avaliado seu grau de aprendizagem. Mensalidade, cerca de 400 reais.

cm 1 2 3 4 5 6 7 8 unesp 12 13 14 15 16 17 18 19

Anexo G

Cidade Tiradentes só sai no jornal nas páginas policiais. A Raça Brasil quis ver de perto o que é fato e o que é boato. E descobriu que, mesmo com todos os seus problemas, é dali que pode sair uma verdadeira revolução cultural

CIDADE TIRADENTES

Fala mal quem não conhece

Ídolo em Cidade Tiradentes, o Doctor MC'S não anda pelas ruas sem que os fãs peçam para autografar CDs, fotos ou pedaços de papel. Icily e Dog Jay são os autores de *Tik Tak*, faixa principal do CD *Agora a Casa Cai* e maior sucesso do grupo. A inspiração para fazer a música veio, é claro, da experiência de viver em Cidade Tiradentes. "Na periferia tem coisas ruins, mas tem muita coisa boa. E foi nas coisas boas que nós nos inspiramos", revela Dog Jay. O refrão todo mundo já conhece:

BBS, do Jazz Crew

Tik tak, O tempo vai passando
E a gente aqui sentado
No banquinho
conversando...
Tik tak,
O tempo nunca vai parar...

André Calixto, grafiteiro de 18 anos, diz que falam da Cidade Tiradentes só por falar. Quem mora lá sabe que a realidade é outra. Os rappers do Doctor MC'S concordam: "A solidariedade é a melhor coisa da periferia. Se morasse nos Jardins, eu seria menos feliz do que sou hoje".

André Calixto

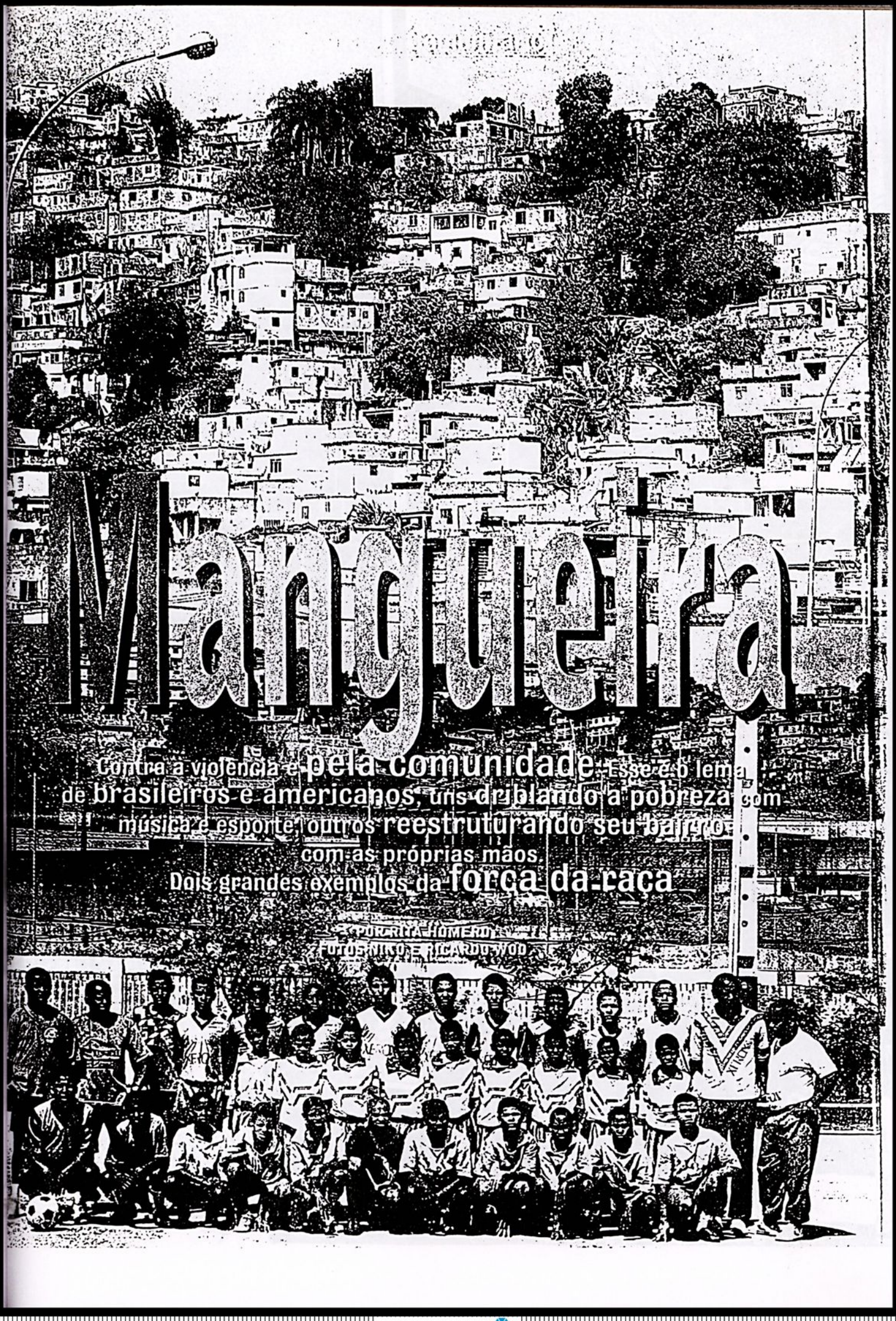
CIDADE TIRADENTES

Chão de estrelas

Além de Cidade Tiradentes, São Paulo tem mais 53 conjuntos habitacionais, espalhados pelas zonas norte, sul, leste e oeste da cidade. Estas cidades-dormitórios já revelaram muita gente boa de pagode, de futebol e do rap nacional — a voz da periferia. O grupo de samba Negritude Júnior tem suas raízes fincadas na Cohab Castelo Branco, em Carapicuíba, uma das cidades da Grande São Paulo. Verdadeiros embaixadores, levam — em shows pelo Brasil e pelo mundo — o nome e o estilo de vida do local de onde saíram com a música *Cohab City*. Já a Cohab de Artur Alvim, na zona leste, foi berço do jogador Dodô, do São Paulo. Com a escassez de campos de várzea, foi lá, na periferia, onde morou por 16 anos, que o craque aperfeiçoou seus dribles nos campinhos de terra. Os quase 20 mil manos da Cohab Adventista, em Capão Redondo, zona sul, se sentem orgulhosos de seu filho mais famoso: Mano Brown, dos Racionais MC'S. Apoiado por mais de 50 mil manos, o rapper está à vontade para contar, por meio de suas letras quilométricas, as venturas e desventuras que rolam no seu bairro.

Netinho

unesp



Mangueira

Contra a violência e **pela comunidade**. Esse é o lema de brasileiros e americanos, uns driblando a pobreza com música e esporte, outros reestruturando seu bairro com as próprias mãos. Dois grandes exemplos da **força da raça**

POR CRITA HOMERO
FOTOS NIKO E RICARDO WOO

unesp

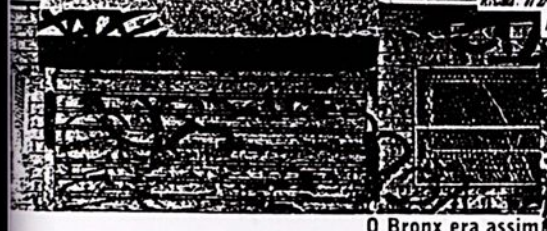
INTERVALE
KELLY ST
GROCE
Bronx

Mensagens pacíficas contra a violência

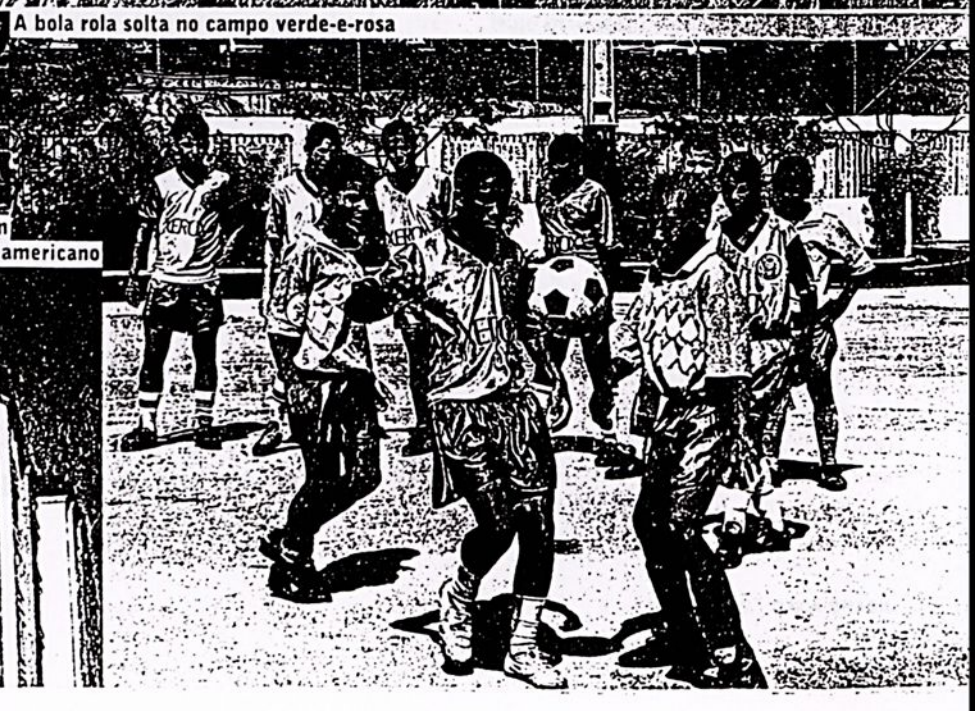
A equipe de atletismo da Mangueira

Um dos prédios reformados pelo Banana Kelly

A bola rola solta no campo verde-e-rosa



O Bronx era assim
Nova fachada ao sul do bairro americano



Onze e meia da noite. A rua está vazia e silenciosa. Nem os cachorros latem. Passar por ali àquela hora, só mesmo com muita coragem. O clima é quase de fronteira. Duas gangues se encontram e a luta começa. Vidro quebrado, palavrões, gritos e sangue.

Duas da madrugada. Som de tiroteio. Corre-corre, mulheres e crianças gritam assustadas. Alguém desce o morro aflito, fugindo não se sabe de quem.

Não, isso não aconteceu no mesmo lugar. Nem na mesma cidade, nem no mesmo país. As semelhanças não são meras coincidências entre essas duas cenas urbanas. Uma, no Bronx, Nova York, EUA. Outra, no morro da Mangueira, Rio de Janeiro, Brasil. Mas, apesar das aparências, esse filme promete um final feliz.

Os dois lugares possuem bons exemplos de recuperação. Na Estação Primeira de Mangueira, tenta-se driblar a violência e a pobreza com muito esporte, indo do ritmo — seja ele samba ou funk — até o resgate da história e dos personagens do lugar. No Bronx, o cenário é típico de filmes de gângster, sinônimo de barra-pesada e vida dura. Mas lá também prosperam rappers e artistas plásticos que estampam sua criatividade e seus desejos em paredes de terrenos baldios, pintando murais coloridos. A vontade de transformar a dura realidade é a mesma. Acima e abaixo da linha do Equador.

A Mangueira já nasceu favela, bem diferente do vizinho bairro de São Cristóvão que conheceu a glória nos tempos do império. A verde-e-rosa começou mesmo como o terreno dos fundos da Quinta da Boa Vista. Lá pelo início do século, com poucas casas pobres e uma irresistível vocação para a batucada. Depois, a população foi aumentando, o casario foi crescendo, as ruelas, becos e biroscas foram subindo as encostas íngremes do morro.

Já o Bronx surgiu como bairro residencial e respeitável, até ir se proletarizando com a desvalorização dos imóveis, o desemprego, a expansão do Harlem para a Zona Leste da cidade e a chegada dos imigrantes latinos e orientais, na década de 70. Depois veio a inevitável invasão das gangues e a dominação das drogas: estava armado o cenário da violência urbana que aparece no filme *Fogaréu dos Vividos*. Não muito diferente do que acontece em qualquer lugar problemático do mundo, inclusive na Mangueira.

Banana Kelly

Tudo começou em 1977, quando 30 moradores da rua Kelly, no coração de Longwood Hunts Point, localizado ao sul do Bronx, se uniram para impedir a demolição de suas casas. Sem nenhum tipo de suporte, sem dinheiro, sem ajuda ou mesmo certificados de propriedade dos imóveis, eles reformaram totalmente os prédios e levantaram 21 unidades de alta qualidade, acessíveis ao bolso dos moradores da região, sem deixar o conforto de lado. O grupo conseguiu também do governo nova-iorquino a doação dos prédios abandonados no bairro. Nascia ali o Banana Kelly Community Improvement Association.

Criado pelos moradores com o objetivo de continuar o bom trabalho que eles haviam iniciado, o projeto atacou em várias frentes. Enquanto transformava jovens desocupados em mão-de-obra para a recuperação dos edifícios, que retomavam seu perfil de moradia familiar, também oferecia salários e alternativas a uma juventude antes seduzida pelo ganho fácil do tráfico de drogas nas ruas.

Além de atrair investimentos superiores a 100 milhões de dólares para Longwood Hunts Point, reabilitar 2.000 unidades de imóveis acessíveis e prover 1.500 famílias com advogados especializados em direito imobiliário.

Trampolim para as Olimpíadas

E o que isso tem a ver com a Mangueira? Tudo! Basta olhar em torno da quadra verde-e-rosa e ver a grandeza dessa comunidade. São 35.000 metros quadrados com quadras, piscina, pista de corrida e campos de futebol da Vila Olímpica Carlos Alberto Dória, passando pelo Ciep Nação Mangueirense, pelo posto de saúde e pelas salas do Camp-Mangueira, que em convênio com 41 empresas, oferece treinamento e oportunidade de emprego a dezenas de jovens.

Também é preciso bater um papo com a tia Alice. Alice Dias Gomes Coelho é atleta, enfermeira, técnica em contabilidade e principamente conselheira de mais de mil garotos. Ela também começou do zero, como os meninos e meninas que hoje orienta. Foi descoberta quando roubava carambolas e corria à frente de um grupo de moleques. Foi o início do sonho que, hoje realizado, rendeu até a participação de duas atletas verde-e-rosa nas Olimpíadas de Atlanta: Katia Cilene, no futebol feminino, e Luciana Paula Mendes, no atletismo.

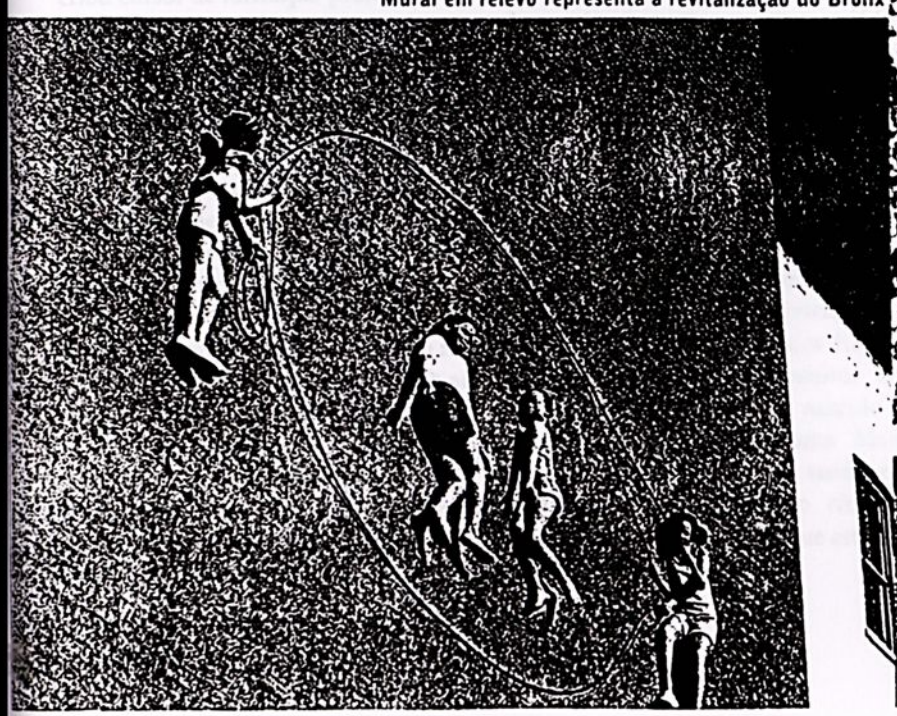
Já Tamara Rodrigues, 15 anos, não foi à Atlanta mas, entusiasmada com a possibilidade do Rio de Janeiro sediar as Olimpíadas de 2004, correu para se inscrever como participante do projeto. Corredora das provas de 300 e 400 metros e

Graças ao Banana Kelly, o lado sul do Bronx escapou da demolição e hoje é exemplo de recuperação e de ação social

As crianças da rua Kelly. O programa oferece cursos profissionalizantes

Os craques da verde-e-rosa fazem bonito no morro Tamara: treinando com a esperança de o Rio de Janeiro sediar as Olimpíadas de 2004

O Funk'n Lata, liderado por Ivo Meirelles



Mural em relevo representa a revitalização do Bronx

unesp

dos 100 metros com barreira, ela pretende estar entre os recepcionistas das delegações estrangeiras e fazer carreira nas pistas.

Em 1990, o complexo esportivo valeu à Mangueira o prêmio de melhor projeto social pela imparcialíssima rede de rádio e TV BBC de Londres. A Xerox, convocada a participar do projeto logo de cara, continua investindo 30.000 reais por mês nos atletas verde-e-rosa, enquanto a Golden Cross financia o posto de saúde com 25.000 reais mensais. Há também a Leite de Rosas, que apóia as três creches comunitárias do projeto Recriança, e a rede de ensino Santa Mônica, que fez a doação dos computadores em que a garotada do Ciep se intera da informática.

Reciclando papel

Enquanto isso, no Bronx, os ecologistas do Conselho de Defesa de Recursos Naturais resolveram radicalizar: em vez de protestar contra as indústrias poluidoras, montaram uma fábrica de reciclagem das montanhas de papel fornecidas pelo lixo de Manhattan. A idéia não somente vingou como até conseguiu a adesão do *The New York Times* para comprar a produção. O Banana Kelly prosperou e se ampliou: reformou escolas, criou cursos de formação profissional, atraiu novos moradores e um pequeno comércio, gerou empregos. Fez mais: conseguiu recuperar a auto-estima de uma camada considerável e, até então, tida como irrecuperável. Tirou-os das ruas e dos limites da marginalidade. Nem é preciso dizer que as estatísticas de criminalidade declinaram naquela região.

Na Mangueira, as coisas não foram muito diferentes do que aconteceu no primo Bronx. E os resultados estão aí para provar. Além do tetracampeonato estadual, do pentacampeonato brasileiro infanto-juvenil e do bicampeonato brasileiro infantil de atletismo, desde que todos esses projetos deslancharam, nos últimos dez anos, os cerca de 50.000 moradores podem se orgulhar de outros dois recordes paraesportivos: em 1995, a Mangueira teve o maior índice de escolaridade entre comunidades carentes e favelas, segundo a Secretaria Municipal de Educação do Rio de Janeiro, e hoje ostenta um índice insignificante de crianças infratoras, de acordo com o Juizado de Menores do Rio. O juiz Siro Darlan diz que a Mangueira é a Ipanema das comunidades pobres.

Na Mangueira tem piscina, quadras esportivas, pista de corrida, posto de saúde e oportunidades de trabalho para os jovens

Mais: exportou as idéias sociais para o barracão da Praça Onze, que agora, além de funcionar como fábrica de Carnaval, também tem oficinas e cursos para meninos de rua de dia e à noite vira casa de show. Diga-se de passagem, é a primeira quadra de samba a contar com moderníssimo revestimento acústico, o que impede que os altos decibéis do samba incomodem a vizinhança. Um luxo...

Samba e funk

Não são apenas os esportes que apresentam bons resultados no berço do samba. Se o Buraco Quente já foi reduto da mais fina flor dos compositores da escola, a democrática verde-e-rosa tem espaço — ainda que pequeno — para ritmos mais modernos. Os 30 componentes do Funk'n Lata, identificados a distância pelo tom oxigenado dos cabelos, em contraste com a pele nos mais diversos tons de negro, já viraram referência estética até fora dos limites mangueirenses. O compositor Ivo Meirelles, que mesmo nascido e criado na tradicionalíssima Mangueira, achou de juntar o samba e o funk no mesmo embalo rítmico, preocupa-se mais com o que está por trás da onda criloura. "Hoje, vejo tentativas de criar funk'n lata em outras favelas. E acho ótimo."

O grupo virou uma espécie de trampolim para formação de músicos profissionais. Dos quase 60 rapazes que já passaram pelo Funk'n Lata, alguns se incorporaram a outras bandas, outros ritmos. Teve até uns poucos que trocaram o samba pelo embalo do funk. É pouco, mas já tem sabor de vitória. Ivo, porém, quer mais. Por que não transformar o funk'n lata numa verdadeira escola de baixistas, trumpetistas, guitarristas, tecladistas...? A pergunta fica no ar. "Não quero ser mais um que se deu bem, virou as costas e foi embora", diz.

Escolinha de cuíca já tem. De mestre-sala e porta-bandeira, também. Xuxu, um dos professores da turma que, de roupa branca e gravatinha verde-e-rosa, se diplomou em outubro na difícil arte da cuíca, vai logo avisando aos iniciantes sobre as malícias do instrumento que tanto encanta os gringos. "Que ninguém pense que é só pegar e sair tocando. Cuíca é que nem mulher, instrumento que músico nenhum gosta de emprestar e cheio de manhas para aprender."

Já os passos elegantes e o porte de verdadeiro príncipe nagô com que Delegado evolui em torno de sua porta-bandeira, quem se encarrega de ensinar é Dalmo José. E numa bateria ciosa de sua reputação, o maestro Brandão trata de passar aos meninos os segredos do repique, do tamborim, da caixa e do tarol. Será que no Bronx tem alguma coisa parecida?

Os rappers respondem pelo agito musical americano. Ritmo, por lá, também não falta.

Anexo H

Como preparar seus filhos para

O que fazer quando ele volta da escola chorando, sem saber por que um colega o chamou de negrinho? Como explicar a ela por que não foi convidada para o aniversário da amiga de classe? Pais que já viveram essas situações dão dicas de como lidar com o problema

"Filhos, melhor não tê-los. Mas se não tê-los, como sabê-los?" Essa máxima do poeta Vinicius de Moraes ilustra perfeitamente o impasse pelo qual passa a maioria dos casais diante da difícil responsabilidade de formar e educar uma criança. Afinal, se tem uma atividade para a qual não existe curso preparatório é a de ser mãe e pai. Ampliando um pouco mais essa questão, há de se convir que se a tarefa da maternidade e paternidade não é das mais simples de maneira geral, torna-se ainda mais complexa quando os pais têm que somar a ela uma outra missão: a de preparar seus filhos para enfrentar uma sociedade racista, que não respeita idade, momento ou lugar para exercer o preconceito.

É possível afirmar que se fosse feita uma enquete sobre o tema, ela apontaria para o fato de que toda família negra tem no mínimo uma história para contar a cerca das humilhações sofridas pela discriminação racial. "Dos 8 aos 10 anos de idade, minha filha Aline passou por um período crítico de discriminação na escola. Chegava em casa chorando porque nenhuma menina queria ser sua amiga nem ficar com ela no recreio. E quando alguém da classe fazia festa de aniversário, ela

POR ISABEL TARANTO

Enfrentar o preconceito

não era convidada", conta Sandra do Vale, 38 anos, que tentou confortar a filha, hoje com 13 anos, dizendo que passou pela mesma situação diversas vezes na vida, mas que acabou sendo aceita.

Sandra chegou a propor à coordenadora da escola de sua filha que fizesse uma palestra sobre discriminação racial, já que haviam feito sobre temas como drogas e Aids. "Ela gostou da idéia e pediu que eu indicasse alguém. Sugeri uma socióloga que aceitou o convite, mas acabou não podendo dar a palestra por razões pessoais", lembra a mãe de Aline, que preferiu não pedir a interferência da professora por achar que a filha seria inferiorizada.

A psicóloga Assunta Martins teve um pouco mais de sorte quanto à boa vontade da escola onde sua filha, Carol, era a única aluna negra e sofria com a atitude dos colegas de a chamarem de "negrinha". "Conversei com a direção da escola que reuniu os professores e apresentou um trabalho em todas as salas abordando as diferenças culturais e a contribuição de todas as raças na formação do país", recorda Assunta. Na sua opinião, no entanto, esse tipo de procedimento favorece o aluno negro mas não resolve o problema. "No dia-a-dia é delicado lidar com as atitudes das crianças. Meu filho de 7 anos, por exemplo, já foi chamado de marronzinho, queimadinho, macaco. E teve uma fase, entre 4 e 5 anos, que tanto ele quanto a irmã queriam ser brancos para serem aceitos."

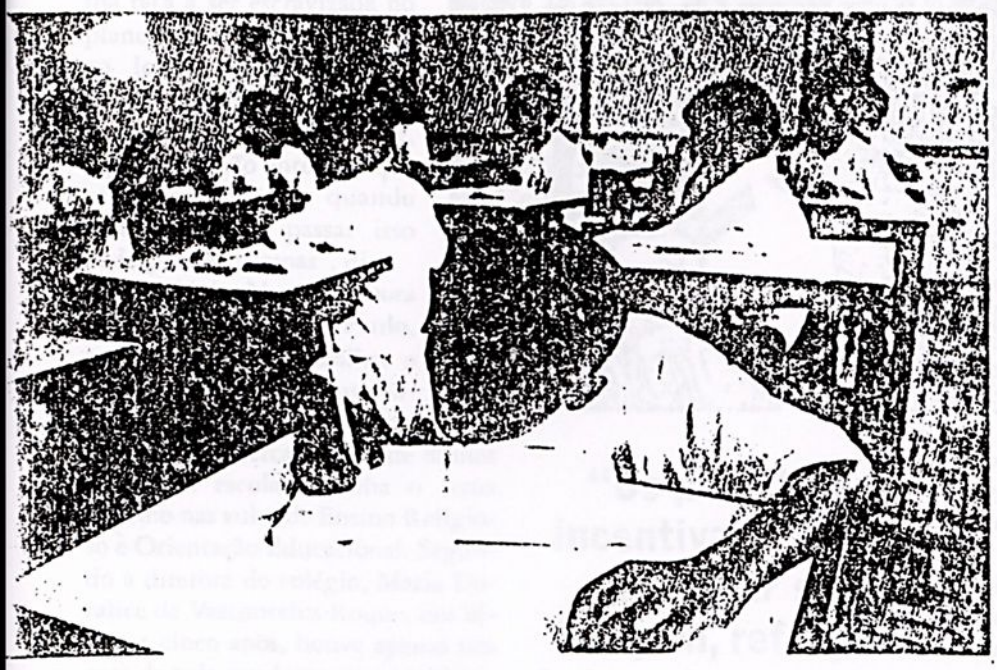
O que fazer?

Ouvir dos filhos queixas como essas pode ser um golpe tão duro para os pais que muitos deles não sabem como agir e orientar seus filhos. Segundo a psicóloga Ana Maria Silva, a primeira coisa a fazer é acolher a criança carinhosamente, abraçando-a, dando colo, atenção, perguntando o que está sentindo e, principalmente, observando suas reações. "Quando ela estiver mais calma, é importante conversar sobre o que aconteceu, abordando as diferenças raciais da nossa sociedade com uma linguagem simples para que a criança possa reagir tranqüilamente diante de situações semelhantes", explica Ana Maria, uma das quatro psicólogas que integram o projeto Amma — Psiquê e Negritude, que desenvolve um trabalho de orientação e assistência psicológica para negros.

"No dia-a-dia é delicado lidar com as atitudes das crianças. Meu filho de 7 anos, por exemplo, já quis ser branco para ser aceito" (Assunta Martins, psicóloga)

Também é importante que os pais esclareçam para os filhos a existência de diferenças raciais físicas no que tange à cor da pele, ao cabelo e aos traços, mas que essas diferenças não podem constituir uma situação de desigualdade e de inferioridade. Este é o momento de elevar a auto-estima da criança. "Os pais devem incentivar o filho a apreciar sua imagem, reforçar a beleza de sua cor, de seu cabelo, assim como sua inteligência e aptidões. Além disso, precisam propiciar contato constante com outras crianças negras, principalmente da família, como primos, pois são seu grupo de referência", pondera Maria Lúcia da Silva, psicóloga do Amma. Quanto ao preconceito vivido na escola especificamente, o passo seguinte é investigar com objetividade o que houve junto à professora e saber se aconteceu outras vezes. Se a criança for tímida vale conversar com os amiguinhos. "Feito isso, deve-se exigir um

posicionamento da escola para a abertura da discussão do tema. Se o pedido for negado, e a maioria das escolas fazem isso, tem que ser feita a denúncia porque racismo é crime", opina Ana Maria, que nessas circunstâncias aconselha os pais a tirarem a criança da escola para que não sofra perseguições. "Mas ela deve ser informada de todos os passos desse processo para ter reforçado o suporte e o amor dos pais. Ao sentir que tem apoio dentro de casa, vai enfrentar tudo e sentir-se forte. Além disso, estará aprendendo a lidar com situações difíceis da vida", avalia a psicóloga, que junto com suas colegas reuniu essas e outras questões sobre discriminação racial e auto-estima no livreto *Gostando Mais de Nós Mesmos*, lançado pela editora Quilombhoje-Literatura.



Livros ajudam na conscientização

Contudo, se existem escolas pouco abertas ao tema das diferenças raciais, existem profissionais com bom senso e sensibilidade suficiente para encaminhar de maneira positiva a questão do preconceito na sala de aula. É o caso da professora da rede municipal de educação infantil de São Paulo, Ana Maria Rennó, que trabalha com crianças de 4 a 6 anos. Ela diz que embora os professores tenham recebido treinamento sobre a Aids e o preconceito que as vítimas da doença sofrem, o mesmo nunca foi feito com relação à discriminação racial. "E ela existe e é manifestada pela criança desde cedo. Quando isso acontece, uso o livro do Ziraldo, *Menino Marrom*, que fala que o branco é bege e o negro é marrom. A partir daí, trabalho com meus alunos as diferenças raciais e digo que nada disso faz uma criança melhor ou pior que a outra", conta Ana Maria. "Eles costumam dizer: 'tia, aquele menino preto...', e eu corrijo: 'aquele menino tem nome'.

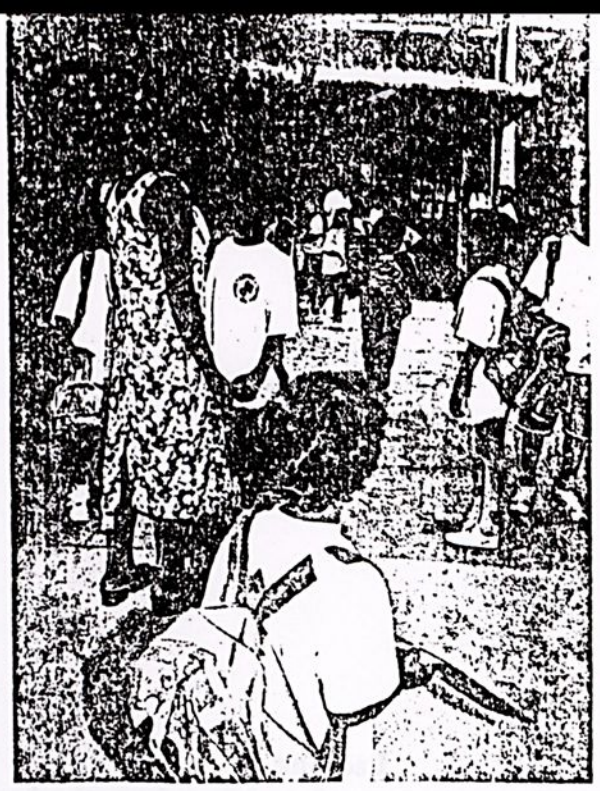
"Fica difícil convencer uma criança de que todos são iguais, quando ela ouve o pai contar uma piada sobre negros e vê novelas com personagens principais brancos"
(Ana Maria Rennó, professora)

Ela diz que o trabalho do professor fica limitado quando a formação que a criança recebe em casa é racista. "Fica difícil convencer uma criança de que todos são iguais, quando ela ouve o pai contar uma piada sobre negros, vê novelas cujos personagens principais são sempre brancos. Além disso, o livro didático também tem que rever estas questões. Pois dificilmente mostram uma família negra em que o pai não é varredor e a mãe empregada doméstica. A criança absorve tudo isso", pondera.

Mas será que as crianças devem ser alertadas e preparadas para enfrentar o preconceito? Maria Lúcia acha que sim. "Os pais devem ser francos e contar para os filhos que existe racismo no Brasil e que eles podem ser discriminados por isso." Optando por uma abordagem mais leve, Assunta disse aos filhos Carol e Marcelo que eles eram de uma raça diferente e que na escola, encontrariam mais alunos brancos que negros e por isso, esses amiguinhos poderiam fazer algum comentário ou brincadeiras. "Mas deixei claro que se eles não gostassem, deveriam falar comigo e com a professora", diz.

Sandra, no entanto, achou que não deveria antecipar o problema. "Talvez pela esperança de que com meu filho não fosse acontecer". Mas invariavelmente acontece. Salvo algumas exceções, como é o caso de João José Elias de Oliveira. Sendo ele e sua ex-mulher fruto de casamentos mistos entre negros e brancos, eles tiveram dois filhos "muito claros", como costuma dizer. "Por isso, nunca foram discriminados". Mesmo assim, Oliveira diz sem rodeios que os garotos são afro-descendentes. "E sempre os alertei em relação a todo tipo de preconceito, seja sobre ser discriminado ou dis-

CABELO: VASCONCELOS MARTINS PENTEADO ALCAPADES MOCHI A MOLETA



criminar alguém." Em 1992, Oliveira publicou o livro *A Impotência da Raça Negra não Tira Proveito da Fraqueza dos Brancos*, que prova que o negro foi a última raça a ser escravizada no planeta e aborda o racismo ao longo da história do Brasil. "Como nunca tive ninguém que me orientasse, a ponto de não entender que era discriminado quando criança, resolvi passar isso tudo para as pessoas", diz.

O Colégio Nossa Senhora da Glória, em São Paulo, também procura trabalhar o assunto e informar seus alunos sobre as diferenças raciais. Com cerca de 3% de alunos negros, a escola trabalha o tema racismo nas aulas de Ensino Religioso e Orientação Educacional. Segundo a diretora do colégio, Maria Doralice de Vasconcelos Roque, nos últimos cinco anos, houve apenas um caso de pais que levaram o problema à escola. "Para solucionar esse caso, reunimos a família com o titular da classe, a orientadora e demais professores da escola, além dos alunos envolvidos, e os próprios sugeriram a solução: ir com o aluno ofendido conhecer melhor a raça negra, seus costumes, cultura e sobretudo a beleza da pessoa humana", diz.

Sem medo de ser negro

Casado com uma branca, Odacir de Mattos Filho tem três filhos mulatos para os quais faz questão de dizer que são negros. "Quem pensa que não é negro pode encontrar mais problemas, pois terá um choque duplo ao descobrir que é negro e que sofre discriminação", avalia. A orientação que Mattos dá às crianças é que a única diferença entre elas e as brancas se refere à pigmentação diferente, e por isso têm os seus direitos. "E se alguém provocar, peço que

"Os pais devem incentivar o filho a apreciar sua imagem, reforçar a beleza de sua cor, de seu cabelo" (Maria Lúcia da Silva, psicóloga)

mantenham a posição de igualdade, sem perder as estribeiras, pois acredito muito na atitude. Além disso, procuro não bater muito na tecla do racismo. Pois falar 'cuidado, você é negro e precisa se sobressair' acaba estigmatizando a raça".

Muitos negros, sem perceber, acabam fazendo isso ao passarem para seus filhos que se um branco precisa matar um leão para provar que é bom, um negro tem que matar dois. Na opinião das psicólogas do projeto Amma, esse tipo de orientação reforça o racismo e provoca um desgate emocional muito grande na criança.

Há três gerações enfrentando a discriminação racial, pois vivenciou o problema pessoalmente, com os filhos e agora com os netos, a psicóloga Teda Ferreira Pellegrini, de 59 anos, acha que basicamente os pais têm que dar segurança para a criança e enfatizar que ser negro não é vergonha, ela tem que crescer admirando a raça. "Isso vai depender muito do comportamento deles diante dos amigos da família e dos filhos. Também é importante permitir que a criança se imponha para se defender com os recursos que ela tem. Às vezes resolver a situação numa briga, de moleque para moleque, dá resultado. Um dos meus filhos acabou com as provocações de colegas assim. E isso não significa incentivar a agressividade. Precisamos dar recursos a criança para perceber que é forte, de maneira geral, e tem direito de se defender", aconselha.

Para isso, no entanto, seus pais precisam gostar de ser negros, para que seus filhos tenham condições de se impor de cabeça erguida, com auto-estima e orgulho de sua raça.

Amma — Psiquê e Negritude, tel. (011) 280-1768

O que ler sobre o assunto

O Que É Racismo, Joel Rufino, Coleção Primeiros Passos.
Coleção Orgulho da Raça, sete títulos, Editora Memórias Futuras, 1995, RJ.
Gostando Mais de Nós Mesmos, 17 perguntas e respostas sobre auto-estima e discriminação racial, Ed. Quilombhoje-Literatura.
Negritude Usos e Costumes, Kabenguele Munanga, Ed. Ática.
Estratégias e Políticas de Combate à Discriminação Racial, Kabenguele Munanga, Edusp, 1996.
Elogio da Diferença, Albert Jacquard, Ed. Martins Fontes, 1988.
Preconceito, Indivíduo e Cultura, José Leon Croehik, Robe Editorial, 1995.
A Impotência da Raça Negra não Tira Proveito da Fraqueza dos Brancos, João José Elias de Oliveira.

AGRADECIMENTOS A E.E. PG. PROFª ILKA JOTA GERMANO

Anexos I

Verificado o interesse e as vendas dos produtos étnicos, fato motivado por *RB*, muitas empresas passam a produzir linhas para cabelos crespos, utilizando-se, porém, da imagem de mulheres brancas. Esse é o caso de *Élida Hair Institute* da linha *Seda*. Recentemente, depois do espaço aberto por *RB* e outras empresas que "arriscaram as suas marcas", ou se pronunciaram, através da exploração de tal espaço, *Nazca cosméticos*, por exemplo, mulheres negras passaram a integrar a publicidade da linha *Seda*.

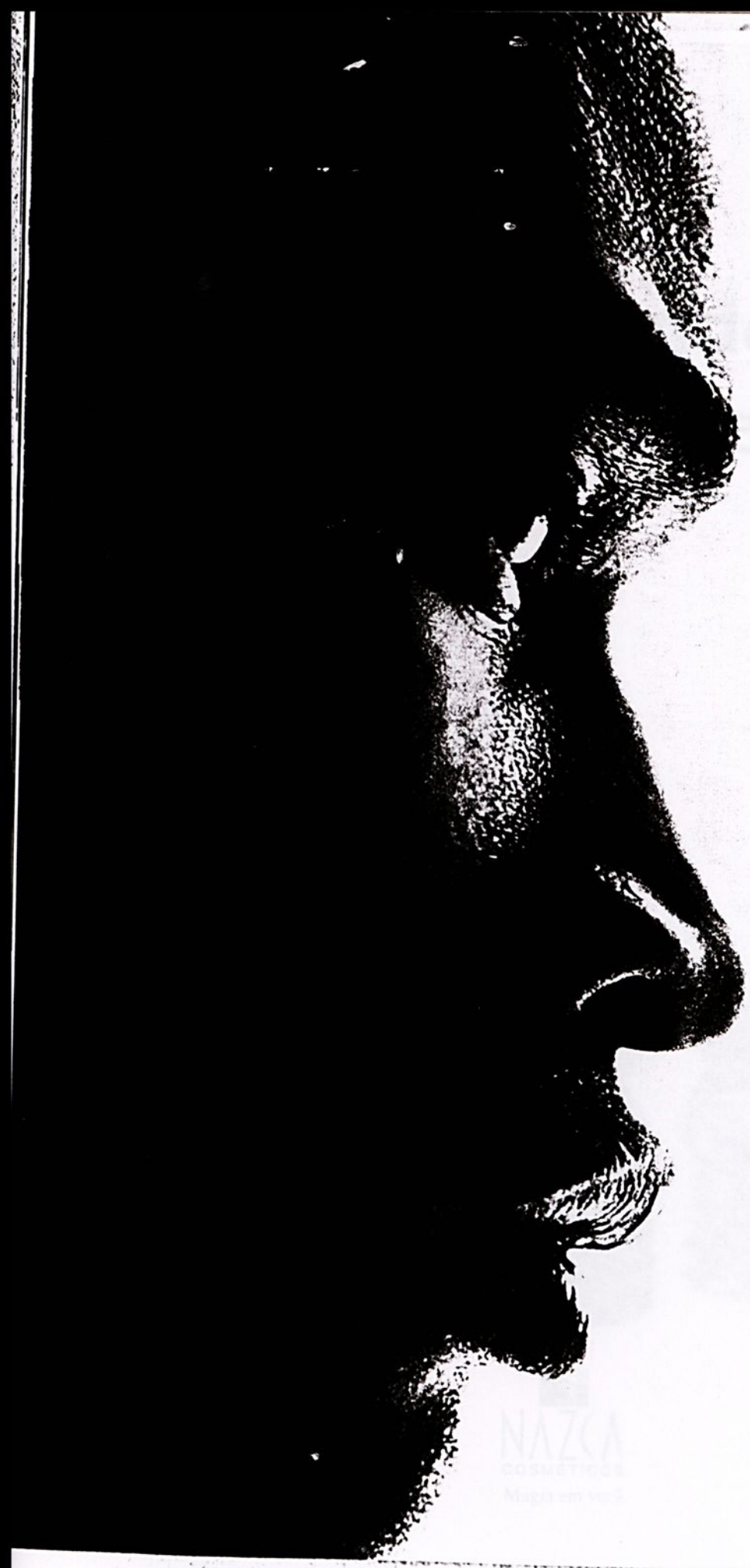
A *Bombril* incluiu a imagem de um bebê negro, do sexo feminino, na propaganda do amaciante de roupas *Mon Bijou*, todavia, o rótulo de tal produto traz a imagem de uma criança branca.

A contrapartida de tais exemplos é a linha dos produtos de *Nazca* cosméticos que elabora uma série de comunicações dirigidas especificamente aos afrodescendentes.

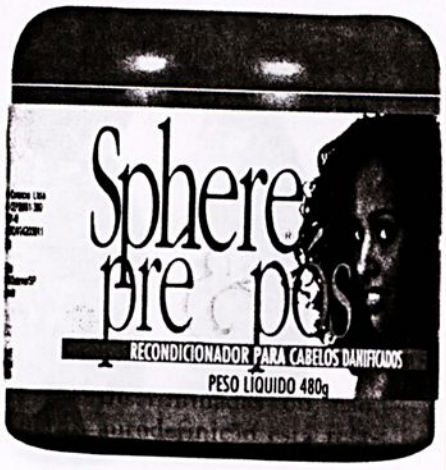
Vejamos os anexos.

Seus
cachinhos
vão
ter
muitas
histórias
para
contar.
SEDA
Cabelo é tudo. Cabelo é Seda.

Se você foi
eprovada em química,
aqui está
a recuperação.
Quem sempre entendeu as mulheres
e deu força para a sua beleza,
agora também vai dar força para cabelos
crespos quimicamente tratados.
Seda está lançando a linha Keraforce.
Um tratamento completo que inclui
shampoo, condicionador, creme de
hidratação e creme para pentear.
A linha Keraforce foi feita a partir do
Keroba, um ingrediente exclusivo
desenvolvido pelo Elida Hair
Institute que combina frutas da
Amazônia com o óleo de silicone.
Seda Keraforce. A força que faltava para
você se sentir ainda mais bonita.
SHAMPOO
SEDA
KERAFORCE
SEDA
ELIDA



Mulher: Magia do mundo.



http://www.nazca.com.br

Sphere®

Mundo da raça negra.

A magia está no toque, no sentimento e na sensualidade das mulheres por todo o mundo, principalmente nas mulheres negras que possuem uma beleza diferenciada.
A magia está em Sphere.
Com produtos étnicos para cabelos crespos e muito crespos, a linha Sphere não atua apenas nos fios mas também na raiz; na raiz de um povo e de uma raça que mostra a cada dia o verdadeiro valor da sua beleza.
Sphere: carinho pelas mulheres, orgulho pelas mulheres negras.

NAZCA
COSMÉTICOS
Magia em você.

Sphe

Cor é:

http://www.nazca.com.br

SphereColor®

SphereColor® é a primeira coloração permanente para cabelos crespos e muito crespos.
Com 10 cores vibrantes, SphereColor® com Queratina cobre totalmente os fios brancos, protege, condiciona e deixa seu cabelo mais saudável, resistente e macio, com tons brilhantes e duradouros.

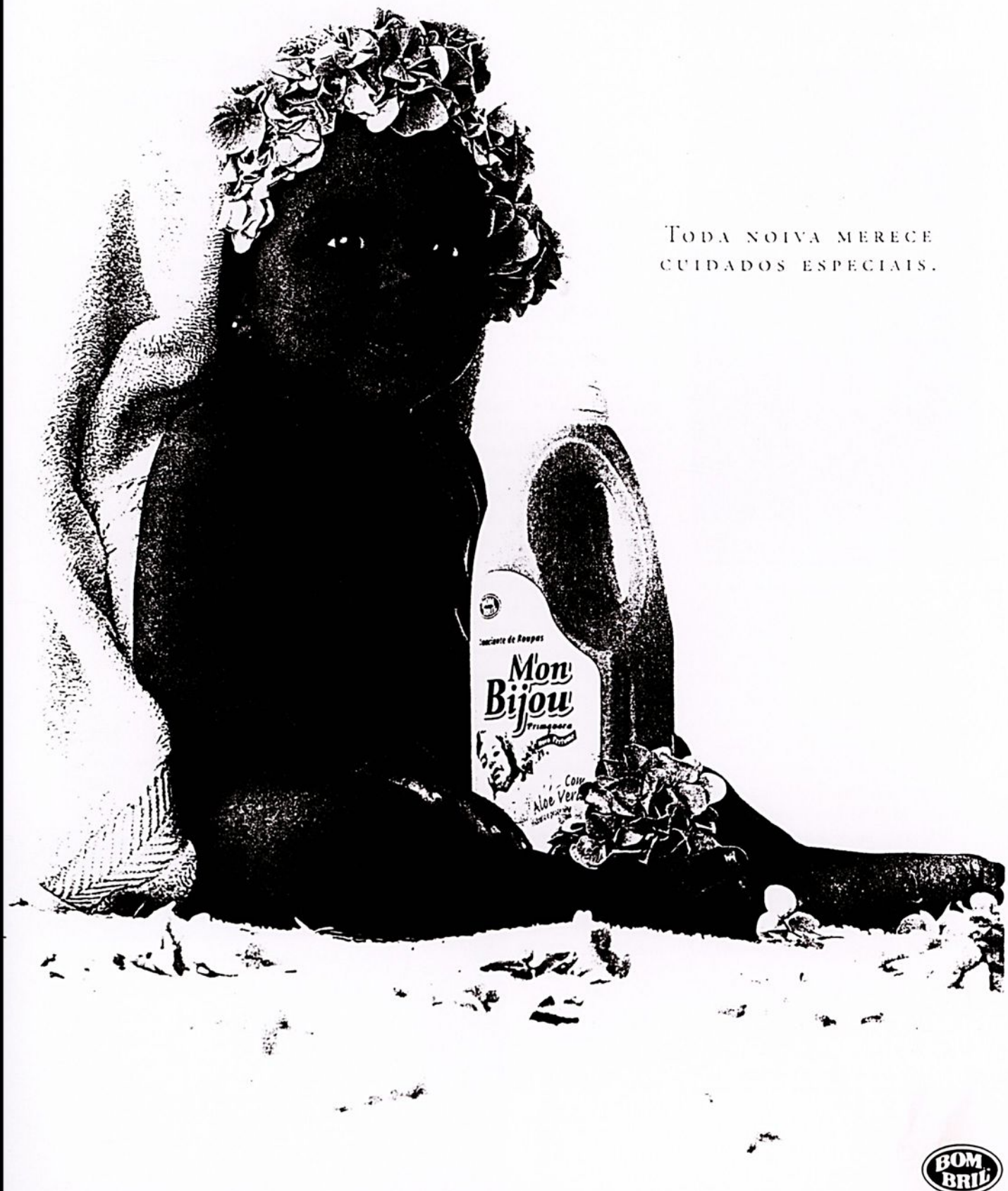
com Queratina

A fórmula condicionadora com Queratina trata enquanto colore, protegendo a estrutura capilar evitando o ressecamento dos fios.

NAZCA
COSMÉTICOS
Magia em você.

EMPRESA CERTIFICADA
NBR ISO 9002
BRTUV

ALMAP/BBDO



TODA NOIVA MERECE
CUIDADOS ESPECIAIS.

BOM BRIL

Anexos J

POR FELIPE PORCIÚNCULA

A voz dos negros de Pernambuco

Há 6 anos divulgando a produção cultural dos negros, o jornal **Djumbay** vem sendo adotado em escolas como material de incentivo à identidade racial

Djumbay, segundo o idioma falado na Guiné-Bissau, na África, significa acontecimento. E é exatamente isso que o jornal *Djumbay* representa para a comunidade negra de Pernambuco desde 1992, quando surgiu com a proposta de divulgar a produção cultural dos grupos negros do Estado.

Hoje, além do jornal — que é bimestral e tem distribuição nacional —, existe a organização Djumbay, que foi fundada em agosto de 1993 e desenvolve atividades nas áreas de educação, comunicação e assessoria jurídica. "Somos a única organização não-governamental (ONG) negra do Estado que alia a atuação política ideológica à capacidade técnica", enfatiza Gilson Pereira, coordenador da entidade.

Djumbay na escola: reforçando a identidade racial

Uma parte desses trabalhos vem sendo realizada nas áreas pobres do Grande Recife, que conta com mais de 500 favelas, a maioria habitada por negros. Cerca de 60 comunidades já participaram da *Mostra de Vídeo*, que exibe programas que enfocam a identidade racial e realiza debates sobre o tema em pauta com representantes da Djumbay e a população. Geralmente, a atividade em cada comunidade dura cerca de seis meses, pois, além da série de vídeos apresentados em três módulos, também é feita a entrega de material educativo e de exemplares do jornal *Djumbay* aos núcleos comunitários, cuja utilização é monitorada pela ONG.

Papel educativo

Também são leitores assíduos do jornal os professores da rede oficial de ensino. A iniciativa foi da Secretaria Estadual de Educação, que viabilizou a realização de um treinamento para a coordenação pedagógica das escolas, em que se discutiu a melhor forma de tratar a temática do negro dentro da sala de aula. A partir daí, cerca de 1.100 colégios passaram a receber a publicação. Paralelo a isso, a prefeitura do Recife se interessou pela idéia e possibilitou que 3.600 professores começassem a receber um exemplar do jornal em casa. Recentemente, a TV Futura — emissora educativa a cabo — reconheceu a importância da Djumbay, levando ao ar uma matéria destacando o trabalho da entidade.

Mas a maioria dos leitores do jornal é mesmo da comunidade negra, que está espalhada por 200 entidades, entre bandas de reggae, terreiros, afoxés, grupos religiosos e até um salão de beleza afro. São 10 mil exemplares distribuídos para todo o Brasil e também para alguns países da África. Para Gláucia Maria, responsável pela publicação, "os assuntos tratados interessam diretamente à comunidade, pois damos a nossa versão dos fatos. Esse é um dos poucos espaços jornalísticos que debatem a identidade racial com seriedade", orgulha-se.

A equipe do Djumbay: atividades integradas

FOTOS: EUDES SANTANA

Outra atividade da ONG é o Núcleo de Identidade Racial (NIR), que presta assessoria jurídica e psicológica às vítimas de discriminação racial. O projeto, que existe desde o final do ano passado e é fruto de um convênio da entidade com a Secretaria Estadual de Justiça e com o Ministério da Justiça, já tem o que mostrar. "O primeiro sinal positivo é quando as pessoas começam a se reconhecer como negras. Depois de adultas, elas descobrem a cor da sua pele", comenta Irismar Silva, coordenadora do NIR, que vem orientando pessoas vítimas de racismo.

Djumbay, e-mail: djumbay@elogica.com.br
Home page: http://www.ocara.org.br/djumbay
Endereço: rua Floriano Peixoto, s/n, Casa da Cultura, Raio Leste, Recife, PE, CEP 50020-070, tel. (081) 424-3545.