



3903 - Trabalho Completo - XXIV Encontro de Pesquisa Educacional do Nordeste - Reunião Científica Regional da ANPEd (2018)
GT17 - Filosofia da Educação

INDÚSTRIA CULTURAL E O EMPODERAMENTO DA MULHER NEGRA

Isabel Ferreira Freitas - UFAL - Universidade Federal de Alagoas
Darlan do Nascimento Lourenço - UFAL - Universidade Federal de Alagoas
Anderson de Alencar Menezes - UFAL - Universidade Federal de Alagoas
Agência e/ou Instituição Financiadora: CAPES

O conceito de empoderamento tem seu sentido direcionado às relações sociais e políticas dos sujeitos com o intuito de realizar profundas transformações sociais, sendo um dispositivo de luta contra as formas de opressões sofridas pela comunidade negra. Dessa forma, o presente texto recorre às concepções de Empoderamento, Indústria Cultural e Feminismo Negro para dialogar sobre os discursos das grandes indústrias acerca das lutas das mulheres negras.

Empoderamento; Mulher negra; Indústria Cultural.

INTRODUÇÃO

Primeiramente, gostaria de expor o meu lugar de fala, pois é por meio dele que logro o direito primeiro da escrita. Sendo assim, falo enquanto mulher, negra e pesquisadora. Portanto, antes de tudo, esse texto é também um escrito sobre experiência e luta.

Estamos nos deparando diariamente com falas sobre o empoderamento feminino negro, inclusive na mídia por meio de propagandas de grandes empresas, o que nos traz a seguinte questão: afinal, qual o interesse das grandes indústrias com essa preocupação súbita pelo empoderamento da mulher negra, visto que, pouco tempo atrás, elas não eram as principais provedoras dos “padrões de beleza” da sociedade?

Neste sentido, este trabalho debruça-se sobre as lutas que o feminismo negro sustenta contra o racismo e em prol do empoderamento das mulheres na sociedade capitalista e como essas lutas são apropriadas pela Indústria Cultural por intermédio dos meios de comunicação em massa.

Sendo assim, surge-nos algumas questões: será que a luta pelo empoderamento social, político e estético da mulher negra está se rendendo ao livre mercado ofertado pelo neoliberalismo ou esta ideologia está se apropriando deliberadamente delas? E como o movimento feminista negro se impõe nessa relação, visto que o sistema capitalista se apropria do apoderar-se das lutas das mulheres por igualdade de direitos e valida apenas as pautas que favorecem os seus ideais?

Nosso principal objetivo é, por conseguinte, investigar como se dá a visibilidade mercadológica voltada para o empoderar-se feminino da mulher negra dentro da Indústria Cultural. Por conseguinte, pretendemos correlacionar às categorias *Indústria Cultural* e *feminismo negro*, analisando as possibilidades de apropriação dessa indústria de cosméticos sobre a pauta feminista que se volta para o empoderamento estético da mulher negra, no nosso caso em específico.

Para compreender esse processo de assimilação cultural que o capitalismo tardio exerce sobre as diversas formas de expressão do ser humano, seguiremos, principalmente, a obra de Theodor W. Adorno e Max Horkheimer (2006); para destrinchar a relação entre Feminismo e Capitalismo utilizaremos textos de Nancy Fraser (2013); Joice Berth (2018) e Djamilia Ribeiro (2017) nos ajudarão a entender o conceito de empoderamento e o feminismo negro. Este estudo terá, em vista disso, uma metodologia de cunho bibliográfico, em que os principais conceitos serão discutidos e tratados à luz das teorias dos autores e autoras em questão.

INDÚSTRIA CULTURAL, FEMINISMO NEGRO E EMPODERAMENTO

Adorno e Horkheimer (2006) apresentam a Indústria cultural como sendo “[...] a forma mais determinante de regressão do esclarecimento à ideologia” (p. 15), visto que, a Indústria Cultural apresenta um caráter estético às obras de qualidades duvidosas, enaltecendo a idolatria e a técnica em detrimento da beleza e da arte; portanto, a reprodução e a estética são apenas produtos nos quais a mesma efetiva uma aparência de verdade. Pois, a estética no âmbito frankfurtiano nos remonta imediatamente para a autenticidade.

A Indústria Cultural, desta maneira, reforça o processo de reificação, ou seja, a situação de coisificação pela qual sujeitos são transformados em objetos, em detrimento das relações interpessoais, enquanto anula a possibilidade de negação ou reação a ela. E é exatamente esse processo de coisificação que a indústria cultural utiliza como mecanismo de controle da massa, que, segundo Adorno e Horkheimer, é uma “manipulação retroativa” (2006, p. 100), e é “[...] nessa ideia da “manipulação retroativa” que “[...] encerra-se o segredo de a indústria cultural atender à demanda das massas e, simultaneamente, impor determinados padrões” (DUARTE, 2010, p. 48). Ou seja, as grandes corporações usam a sutileza da necessidade do público, necessidade esta que muitas vezes elas mesmas criam por meio das mídias digitais e outros veículos de comunicação tradicionais - “manipulação retroativa”, como desculpa para propagar seus produtos de modo que leva à padronização dos corpos. Segundo Adorno e Horkheimer (2006), essa padronização ou lógica da identidade também segue uma “hierarquia de qualidades”, isto é, os sujeitos devem se adequar aos produtos que foram feitos direcionados ao seu tipo, seja ele étnico, social ou de gênero.

Vale destacar, que há aceitação por parte do público aos produtos de beleza existentes no mercado, visto que, a comercialização ocorre a partir da demanda criada pelas lutas do movimento feminista negro, tornando-se justificável. Mas, não podemos abraçar esse ideal de comércio sem antes questionar o que se encontra por trás da suposta bondade dos grandes empresários ou cairemos no “círculo da manipulação retroativa”. É sempre bom ressaltar que o capitalismo faz uso de manobras ardilosas para não perder o controle social que detém.

A indústria de beleza mira suas produções no narcisismo e hedonismo, sendo assim, mais fácil compilar seu público e, com a força das ações feministas no decorrer da história, o capitalismo se vê obrigado mais uma vez a moldar suas ofertas de acordo com a demanda: por exemplo, a mulher agora está muito além da moça bela, recatada e do lar, somos uma unidade que luta por direitos e igualdade. Porém, não devemos aceitar essa justificativa sem questionamentos. Afinal, a lógica do livre mercado ao agregar nossas bandeiras de lutas em seus produtos, visa apenas o lucro final. Logo, como localizar o componente político e social no qual nossas lutas são pautadas dentro da mercantilização do empoderamento feminino negro? Além disso, de quais mulheres as empresas estão falando quando lançam seus produtos?

Desse modo, pensar sobre feminismo nos leva a pensar suas peculiaridades e suas diversas vertentes, como o feminismo negro, indígena, radical, liberal, entre outros, que embasam as lutas das mulheres e suas singularidades. Desta forma, Nancy Fraser em seu artigo publicado na revista *The Guardian*, intitulado *How feminism became capitalism's handmaiden - and how to reclaim it* ressalta que a segunda onda do movimento feminista perdeu um pouco da solidariedade de suas antecessoras,

In a cruel twist of fate, I fear that the movement for women's liberation has become entangled in a dangerous liaison with neoliberal efforts to build a free-market society. That would explain how it came to pass that feminist ideas that once formed part of a radical worldview are increasingly expressed in individualist terms. [...] Second-wave feminism emerged as a critique of the first but has become the handmaiden of the second (FRASER, 2013).

A perspectiva apresentada pela autora é de que o feminismo de segunda geração perdeu a gênese revolucionária das lutas feministas contra o sexismo, dentro do atual cenário mercadológico do capitalismo tardio. O artigo de Fraser (2013), ao nosso entender, omite a diversidade existente entre os movimentos feministas e, assim, de certa forma, silencia e generaliza as variadas bandeiras de luta das mulheres. Mas, em contrapartida, concordamos com o fato de que os movimentos feministas, não em sua totalidade, são condizentes com a lógica do livre mercado, inclusive apoiando e incentivando o “[...] empreendedorismo feminino” contrário ao “[...] movimento que priorizava a solidariedade social” (FRASER, 2013).

E como entra o movimento feminista negro nesse cenário? O feminismo negro surge da compreensão de que a mulher negra não é contemplada nas pautas de outros movimentos feministas por sofrer dupla opressão como mulher e negra, como ratifica Ribeiro,

[...] Nós habitamos um tipo de vácuo de apagamento e contradição (KILOMBA, 2012, p. 5.) [...] Para Kilomba, é necessário enfrentar essa falta, esse vácuo, que não enxerga a mulher negra numa categoria de análise [...] por não serem nem brancas e nem homens, ocupam um lugar muito difícil na sociedade supremacista branca por serem uma espécie de carência dupla, a antítese de branquitude e masculinidade (2017, p. 38).

O capitalismo e a Indústria Cultural, aqui em específico o mercado de cosméticos, giram em torno dessa sociedade “supremacista branca”, o lugar da mulher negra é o lugar marginal da hipererotização dos seus corpos, da empregada doméstica, da trabalhadora descuidada, por não acoplar em seu corpo modelos estéticos consagrados pelo eurocentrismo. Portanto, visando desmanchar esse lugar marginal é que o movimento feminista negro levanta a bandeira do empoderamento. Entretanto, devemos situar o lugar desse conceito para não termos uma visão superficial do mesmo.

Empoderar-se, segundo Berth (2018, p. 14), “[...] é um instrumento de emancipação política e social”, é um processo individual e coletivo de transformação intrínseca dos sujeitos envolvidos. Empoderamento, dentro do movimento negro, é um processo de luta contra as desigualdades sociais, o racismo e toda forma de opressão enfrentada pela população negra dentro da sociedade capitalista.

Berth (2018) enfatiza que “[...] a consciência crítica é condição indissociável do empoderamento” (p. 43), logo, não é simplesmente superar individualmente determinadas opressões sem romper com elas, o empoderamento individual é tão importante quanto o coletivo, visto que, “[...] uma coletividade empoderada não pode ser formada por individualidades e subjetividades que não estejam conscientemente atuantes dentro de processos de empoderamento” (p. 42).

A grande mídia através dos comerciais e programas de TV, gradativamente se apropriam de termos que têm origem na luta pelo direito e reconhecimento das minorias sociais. Isto acarreta, “[...] um processo de despolitização/homogeneização”, é necessário ter cuidado no fato de grandes empresas de cosméticos cooptar o termo empoderamento nas suas abordagens comerciais, visto que elas visam apenas “[...] continuar exercendo o controle social sobre grupos oprimidos e não visam a transformação” (BERTH, 2018, p. 54-55).

Retomando ao artigo de Fraser (2013), no qual a autora alerta sobre os movimentos feministas serem condizentes com a lógica do livre mercado, esses movimentos estariam seguindo a lógica neoliberal na qual a indústria cultural está firmada, uma lógica que visa manter as relações de poder fundada na opressão para a “[...] manutenção de exclusão [...]”. O objetivo, portanto, seria criar uma prática assistencialista, uma prática de dependência” (BERTH, 2018, p. 55). Desvirtua-se de fato dos ideais feministas, a luta contra o sistema patriarcal e sexista que oprime as mulheres.

Porém, é importante lembrar: de quais mulheres estamos falando? A mulher negra, como já foi ressaltado, pois sofre duplo preconceito por ser mulher, e viver em um sistema patriarcal e sexista, e por ser negra e viver em sociedade racista. Em decorrência disso as mulheres negras são excluídas inclusive como público alvo para o mercado, posto que, sua existência é suprimida enquanto consumidora (BERTH, 2018).

Então, viabilizar formas de comércio dentro do movimento e, assim, fortalecer empoderamento da comunidade negra, visto que, o processo de empoderar-se passa também pelo crivo do “[...] fortalecimento social que o dinheiro/capital proporciona” e a população negra tem sido explorada, como escravos, excluída dos confortos que o capitalismo possibilita e também é excluída “[...] a existência negra enquanto consumidora” (BERTH, 2018, p. 58).

Adorno e Horkheimer (2006) ao trazerem à tona o debate em torno da influência, muita das vezes ideológica e reificadora, da Indústria Cultural, também fizeram emergir a constatação que as relações humanas poderiam estar submetidas à reprodução desta lógica comercial. Pois, na Indústria Cultural o indivíduo é ilusório e está submetido a um processo de danificação e pseudoindividuação. Nesse ínterim, o lugar que situa as relações de empoderamento e reconhecimento envolvendo o feminismo negro localiza, igualmente, uma significativa influência no tocante às formas de representação de sua estética através de produtos cosméticos veiculados em propagandas e comerciais de TV por meio de personalidades artísticas e esportivas, ocasionando o falso discurso de empoderamento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empoderar-se da mulher negra não será proporcionado por meio dos produtos das grandes indústrias de cosméticos que utilizam o discurso do empoderamento de modo superficial e homogêneo, não é produzindo comerciais com discursos ilusórios sobre empoderamento e desenvolvendo produtos ditos específicos para negros que as indústrias vão acabar com as opressões existentes na sociedade capitalista, pois são essas opressões que mantêm o sistema funcionando. Esses grandes monopólios não tem poder de empoderar, visto que o mesmo é um processo e encontra-se entranhado nas relações sociais e políticos dos sujeitos envolvidos.

Como ressalta Adorno e Horkheimer (2006), a Indústria Cultural visa o embrutecimento e a padronização da população, a forma de controle é disseminar mensagens que representam falsas necessidades, porém, com grande poder de impacto entre os consumidores. Fraser (2013), ao alertar sobre o entrosamento entre o movimento feminista e o livre mercado, confirma que a lógica da Indústria Cultural tem dado certo e está cooptando inclusive os movimentos sociais que deveriam lutar contra ele.

Contudo, o movimento feminista negro luta não apenas por representatividade dentro da Indústria Cultural, a luta é por proporcionalidade (BERTH, 2018), lutamos por reconhecimento dentro de uma sociedade racista e sexista, sabemos que a luta feminista é também uma luta anticapitalista e o processo de empoderamento ratifica isso. Sendo assim, o processo de empoderamento não pode vincular-se apenas de modo simplório, temos que ter a consciência de que o objetivo central dessas indústrias não é o empoderar-se das mulheres negras e sim o lucro. Dessa forma, o discurso não cai nas malhas da aceitação superficial. É uma vitória ter representatividade da mulher negra na indústria de cosméticos, mas deve se ter um olhar crítico diante de todo e qualquer discurso que venha por meio da Indústria Cultural.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos. Tradução Guido Antonio de Almeida.** Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

BERTH, Joice. **O que é empoderamento?** Belo Horizonte: Letramento, 2018.

DUARTE, Rodrigo. **Indústria Cultural: uma introdução.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.

RIBEIRO, Djamila. **O que é lugar de fala?** Belo Horizonte: Letramento, 2017.

FRASER, Nancy. **How feminism became capitalism's handmaiden - and how to reclaim it** The Guardian, 2013 [online]. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/commentisfree/2013/oct/14/feminism-capitalist-handmaiden-neoliberal>> Acesso em: 15/05/2018