

31º Encontro Anual da ANPOCS

22 a 26 de outubro de 2007

Caxambu, MG

Seminário Temático 18 – Estudos de gênero: teoria e pesquisa

Em busca da auto-estima

Interseções entre gênero, raça e classe na trajetória do grupo Melanina

Patrícia Lânes Araújo de Souza

Pesquisadora do IBASE – Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas e
Mestre em Sociologia pelo Programa de Pós Graduação em Sociologia e Antropologia
(PPGSA/ IFCS/ UFRJ)

Introdução

O presente artigo é fruto de reflexões iniciadas no curso de Mestrado em Sociologia, com concentração em Antropologia, do Instituto de Filosofia e Ciências Sociais da UFRJ (PPGSA/IFCS/ UFRJ) e busca, a partir de um estudo de caso, analisar a elaboração da identidade de um grupo de jovens mulheres negras moradoras de favelas cariocas¹ – o Melanina - tendo como categoria central a auto-estima. O trabalho de campo foi realizado entre os anos de 2004 e 2005 e se utilizou de entrevistas em profundidade com as criadoras do grupo, análise do material produzido sobre ele e por ele, com ênfase nos programas de rádio.

O objetivo do grupo, quando criado no início de 2004, era atuar entre “mulheres de comunidades carentes, trabalhando e valorizando sua auto-estima” tendo como estratégia central a produção de programas radiofônicos. As oito mulheres que criaram o grupo eram moradoras da cidade (favelas, bairros populares ou não), inseridas como consumidoras ou produtoras na cultura Hip Hop, com algum tipo de participação anterior em organizações não governamentais, projetos sociais e cursos de diversas naturezas e, em sua maioria, com experiência prévia no trabalho em rádios comunitárias.

A atuação do grupo durante o seu primeiro ano de existência se deu, sobretudo através do programa “Ação Melanina”, veiculado em rádios comunitárias em diferentes lugares da cidade. Além dos programas de rádio, foram citadas durante as entrevistas e encontradas no material mapeado do/ sobre o grupo a realização de uma palestra em uma escola pública; outra para jovens mulheres de uma favela a partir de contato com uma organização local; e um evento chamado “E você, tem Melanina?”, tendo como temática principal a mulher negra na mídia e realizado no final de 2004 no Sesc da Tijuca (este último com maior destaque em todos os materiais encontrados).

Na análise, buscou-se compreender as apropriações da noção de auto-estima na sociedade e de que modo operou como sintetizador da identidade do grupo. Tal noção é central para entender a atualização de agendas políticas feita pelo Melanina a partir do diálogo entre

¹ As oito participantes/ formadoras do Melanina são Alini Santos da Silva (Afro Lady), Camilla de Sousa Neves, Mônica Xavier (Combatente), Flávia Silva (Flai), Janete Guinond (Jana), Kelly Cristiane (Kelly Black), Livia Alexandre e Rita de Cássia Santos Pinto. Para um perfil de cada uma, consultar SOUZA, Patrícia Lânes Araújo de. **Em busca da auto-estima: interseções entre gênero, raça e classe na trajetória do grupo Melanina.** Dissertação de Mestrado. PPGSA/ IFCS/ UFRJ, 2006, Capítulo 2.

dimensões como consumo, corpo, cultura e comunicação. O trabalho analisa como a categoria auto-estima opera a articulação entre discriminações de raça, gênero e classe, possibilitando a esse grupo a transformação de símbolos de estigma em emblemas.

Antecedentes da noção de auto-estima

Auto-estima é uma idéia-chave para se entender o Melanina. No “Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa” (2001), a palavra *auto-estima* é definida como “qualidade de quem se valoriza, se contenta com seu modo de ser e demonstra, conseqüentemente, confiança em seus atos e julgamentos” (p. 349). Na sociedade brasileira atual, o termo circula em diferentes campos, estando associado ao bem estar individual, sobretudo em relação ao próprio corpo, à cidadania e até à valorização de “ser brasileiro”, por exemplo.

Não é raro, hoje em dia, que termos que têm sua origem no campo da psicologia sejam utilizados de diferentes maneiras e com distintos significados por setores diversos da sociedade. Esse foi o caso da noção de *auto-estima*. De acordo com Valle (2002), *auto-estima* foi mais um conceito extraído do ideário psicanalítico para ser apropriado pelo discurso cotidiano de diversas formas. A partir da análise de jornais e revistas de grande circulação, a autora nos revela que seus empregos mais comuns estão relacionados

“(…) a uma cultura psicanalítica que orienta e fundamenta idéias com base em discursos científicos; a uma supervalorização do corpo transformada em valor moral; a distinções tradicionais de gênero; a uma cultura consumista apoiada em ideais de felicidade e bem-estar e a uma ênfase em valores e símbolos de identidade brasileira”. (VALLE, op. cit., p. 07)

A auto-estima do Melanina

O Melanina tem na *auto-estima* um forte alicerce para a construção do projeto do grupo e para veiculação de suas idéias e objetivos. O termo é usado por elas constantemente para explicar seus objetivos, como revela o trecho a seguir, destacado da parte de seu Portifólio (2004) que responde às perguntas “O que é o Melanina?” e “Como trabalha o Melanina?” e trata

da “Identidade Organizacional”:

O que é o Melanina? *Melanina* é uma Organização Sem Fins Lucrativos do terceiro setor voltada para a mídia, arte e cultura que visa estimular e **tornar realidade o sonho de muitos jovens, na finalidade de incentivar mulheres, líderes comunitárias, universitárias a se unirem** em prol de uma causa em comum: a **valorização da auto-estima**. (...) Como trabalha o Melanina? O Melanina provoca e mantém processos de Desenvolvimento Transformador que tenham como base **a mulher, jovens e comunidades carentes**, que sejam auto-sustentáveis e especialmente respondam às necessidades da **mulher trabalhando a auto-estima**. O escopo do desenvolvimento transformador inclui os **aspectos sociais, econômico, político, cultural e espiritual da vida**. (Portifólio, 2004, p. 04)

Em uma página da Internet (Rádio Maré Manguinhos) onde é descrito o perfil e o trabalho do grupo, a noção de *auto-estima* aparece novamente articulada a um sujeito prioritário “mulheres de comunidade” e negras:

Percebemos a **necessidade real**, cada vez mais forte, **que a mulher tem de se expressar dentro da comunidade que vive e que a falta desta expressão reflete na auto-estima**. (...) O perfil da rede de rádios é sócio-político e cultural, voltado para o desenvolvimento da **identidade desses jovens**. É através deste perfil que **otimiza a valorização da auto-estima das mulheres negras**, foco principal do projeto, concentradas em sua maioria **nas comunidades, onde são coagidas dentro do seu próprio meio social**”. (perfil do grupo no site da rádio MaréManguinhos, sem data)

Jana foi, na percepção das demais integrantes, a participante que apresentou o restante do grupo a tal noção, ajudando a articular as experiências e percepções das discriminações de raça, gênero e classe² das demais participantes à idéia de *auto-estima*, que foi incorporada ao discurso das integrantes e do próprio grupo.

Pode-se dizer que as participantes se (re)descobrem ou se (re)pensam a partir da idéia de *auto-estima* trazida por Jana. Sua aproximação da noção de *auto-estima* se dá, segundo seu próprio relato, a partir de livros de auto-ajuda e também de cursos e terapia holística. Há, como

² Utilizo *classe* como conceito analítico que permite apontar para lugar subordinado na estrutura social. De acordo com Bourdieu (2000), classes são “conjuntos de agentes que ocupam posições semelhantes e que, colocados em condições semelhantes e sujeitos a condicionamentos semelhantes, têm, como toda a probabilidade, atitudes e interesses, logo, práticas e tomadas de posição semelhantes”. (p. 136)

ela mesma revela uma construção conjunta (ou uma “coincidência entre os deuses”) que permite articular a sua experiência pessoal com esta noção às experiências de discriminação das demais integrantes. O fato de elas perceberem que estava “tudo ligado à auto-estima” permitiu ao grupo criar um eixo e um objetivo para a “oportunidade” aberta pelas rádios comunitárias de falarem para outras mulheres. A partir do estabelecimento dessa relação, *auto-estima* passa a ser um conceito central para as formulações do grupo, que ajuda a processar sua identidade e a construir seus objetivos.

A *auto-estima*, ou a falta dela, aparece recorrentemente em seus materiais. É possível dizer, portanto, que se trata de uma “categoria nativa”. Apesar de não ter sido criada pelo grupo (como um neologismo), a centralidade em seu trabalho e as formas através das quais o Melanina e suas integrantes se apropriam e operam com tal idéia faz com que seja importante entender ao que o grupo associa a *auto-estima* para entender o próprio grupo. É necessário descobrir, portanto, porque foi a idéia de *auto-estima*, e não outra, a responsável por operar essa articulação.

Auto-estima: associações e contrastes

Para buscar entender esse conceito dentro da lógica do grupo, parto das entrevistas de suas integrantes. A força da presença da idéia de *auto-estima* no material do/sobre o Melanina fez com que esse assunto fosse bastante abordado e explorado durante as entrevistas³. É possível, portanto, encontrar outras noções ou idéias associadas à *auto-estima* e, a partir desse panorama (apresentado nos Quadros a seguir), será possível dar um passo adiante na análise.

Quadro 1 – Idéias e expressões associadas a ter auto-estima

Ter auto-estima <i>(pode aparecer também como auto-estima elevada ou resgatada)</i>

³ No roteiro de entrevistas havia pelo menos duas perguntas relativas à *auto-estima*: a) *o que é auto-estima para você?*; b) *em muitas matérias e materiais que vocês produziram, vocês dizem que aumentar a auto-estima da mulher negra é um dos principais objetivos da iniciativa. O que isso significa?*. No entanto, em quase todas as entrevistas a idéia de *auto-estima* foi por elas colocada em outros momentos.

<p>Indivíduo/ subjetivo Se gostar do jeito que é Se gostar mais Se amar Se conhecer e se amar Ser feliz Ser feliz como se é Não ter vergonha de quem é Ter orgulho de quem se é Se aceitar do jeito que se é Ver valores em você mesma Se sentir mais viva Se auto-valorizar Resgate interno, busca interna e individual Estar de bem com a vida Ser feliz, respeitando o próximo</p>	<p>Subjetivo/ Consciência Saber que pode chegar a algum lugar, onde quiser Saber que pode ser feliz Saber que pode ser alguém Saber que pode ser o que sonhou Conseguir o que se quer</p>
	<p>Discriminação racial Não se considerar macaco como a sociedade põe Não usar alisante no cabelo, usar trança nagô</p>
	<p>Indivíduo/ relações sociais Melhorar imagem para outras pessoas Policiar o jeito de falar Chocar o público Ajudar o próximo</p>
	<p>Relacionamentos afetivo-sexuais Curtir, ficar, namorar Saber da capacidade de “arrumar” outro parceiro/ namorado/ marido Ser elogiada pelo namorado/ companheiro</p>
<p>Corpo Manter a forma Praticar esportes ou exercícios físicos Se olhar no espelho e se gostar</p>	<p>Equilíbrio Estar de bem com tudo: equilíbrio entre vida afetiva, profissional e financeira; entre corpo e mente Estar sempre de bem com a vida</p>
<p>Consumo Conforto, beleza, bem-estar Poder usar a roupa que quer Questão financeira Melhorar padrão de vida</p>	<p>Crescimento Ler mais, estudar mais Procurar pessoas e ambientes que te façam crescer Buscar informação Querer sair da comunidade para fazer cursos, estudar</p>

Quadro 2 – Idéias e expressões associadas à falta de auto-estima

<p>Não ter auto-estima (pode aparecer também como baixa auto-estima)</p>
--

<p>Indivíduo/ subjetivo Impotência Depressão Sentimento de inferioridade Pessoa não se ama Não se amar Não alcançar os sonhos Não se valorizar Não se aceitar (ex. se vestir como homens no Hip Hop) Não ter amor próprio Não se dar valor</p>	<p>Indivíduo/ relações sociais Não poder frequentar boa escola Não poder estudar idioma Não poder frequentar lugar que gostaria Não saber falar direito Estar desempregada Falta de dinheiro Não poder alcançar boa posição no mercado de trabalho por ser mulher negra Não ter direito ao lazer</p>
<p>Discriminações/ preconceitos Sofrer preconceito Sofrer preconceito por ser negra e/ou morar em comunidade Sofrer diferentes formas de discriminação (por ser mulher, negra, jovem) Imagem negativa da mulher negra (“se não for mulata, não serve”) Ser reprimida pelos homens</p>	<p>Corpo/ padrões Cobrança por corpo perfeito Viver “se digladiando” por não corresponder a um padrão de beleza “branco” (usar <i>blondor</i> para clarear os pêlos, alisar o cabelo) Não ter atividades, espaços, roupas adequados para a mulher negra ou “mulher brasileira” (características físicas) Viver tentando agradar alguém Se achar feia Usar roupas indecentes</p>
<p>Relacionamentos afetivo-sexuais Apanhar do companheiro/ marido Ser abandonada pelo companheiro Não ser valorizada pelos companheiros (sobretudo as mulheres que moram nas comunidades – “lanchinho da madrugada”) Relacionamento afetivo ruim/ mal resolvido Ter problemas dentro de casa Agredir mulheres/ violência dos homens contra mulheres</p>	<p>Consumo Não ter dinheiro para consumir o que se quer (roupas, casa) Querer se embelezar e não ter condições (não ter dinheiro para comprar produtos apropriados) Não ter dinheiro para consumir o que se quer (roupas, casa)</p>

Os quadros acima foram criados a partir das idéias, palavras e expressões que apareceram nas entrevistas quando o tema da *auto-estima* era evocado pela entrevistadora ou pelas entrevistadas. A partir deles é possível, em primeiro lugar, perceber que ***auto-estima* aparece como uma idéia essencialmente positiva**. *Ter auto-estima* é, na concepção das participantes, bom e está associado a outras idéias como as de “estar bem com a vida” e “se aceitar”; “conhecer e amar quem se é”; “ser feliz, respeitando o que cada um entende por isso, e o próximo”; “estar bem consigo mesma”; “ter equilíbrio na vida, entre afetivo, profissional, financeiro etc”; “se amar, ser mais confiante e se valorizar” etc. Essas diferentes idéias aparecem com ênfases diversas nas entrevistas o que indica que entre elas há concepções sobre *auto-estima* diferentes, mas não divergentes. Dessa forma, as compreensões ou diferentes idéias que as integrantes associam à *auto-estima* acabam por se combinar dentro da lógica do grupo.

Na elaboração dos dois quadros anteriores, foi possível agrupar algumas dessas idéias que expressam o que é *auto-estima* e o que se opõe a ela. Existem, pelo menos, oito dimensões que aparecem nos diferentes discursos sobre a *auto-estima*. São elas: uma dimensão subjetiva (e dentro dela, uma outra ligada à consciência); outra que liga o indivíduo aos outros ou a seus interlocutores que chamei de “Indivíduo/ relações sociais”; uma ligada aos relacionamentos afetivo-sexuais; ao corpo; ao consumo; a discriminações e preconceitos; e as duas últimas, presentes apenas no quadro que expressa idéias ligadas à presença de auto-estima elevada, as noções de equilíbrio (que, na verdade, engloba várias das dimensões já listadas) e outra ligada ao crescimento individual, mas que está vinculada ao meio em que a pessoa está inserida. Ao analisá-las nos pontos que se seguem, elas encontram-se agrupadas em quatro conjuntos de idéias trabalhadas aqui articuladamente. Certamente há outros modos de agrupá-las e classificá-las. As aqui destacadas serão objeto de análise a seguir.

Subjetividade e *auto-estima*: amor próprio e auto-valorização

Os dois quadros apresentam uma série de expressões e palavras que revelam a relação entre auto-estima e uma esfera subjetiva. Expressões como “se aceitar”, “se amar”, “estar de bem com a vida”, “ser feliz” ou “depressão”, “sentimento de inferioridade”, “não se amar”, “não se aceitar”, “não se valorizar” etc apareceram de maneira recorrente durante as entrevistas.

Todas essas idéias remetem à noção de indivíduo ou de pessoa, ou seja, de cada um(a) buscar sua felicidade/ ou maneiras de viver feliz (como na fala uma das integrantes: “uma nova maneira de ser feliz quando você tem auto-estima”), se aceitando. A idéia de auto-aceitação, de se conhecer e valorizar o que cada um(a) tem de bom está aí inserida.

Muito próximas a essas idéias, ou mesmo englobadas por elas, estão algumas ações associadas à idéia de saber: “saber que se pode chegar aonde quiser”, “saber que pode ser feliz”, “saber que pode ser alguém”, “conseguir o que se quer” etc. Nessas frases está presente a crença de que a pessoa precisa saber que é capaz para que seu desejo ou aspiração se concretize, evocando aí um certo grau de consciência de seu potencial, de sua capacidade de alcançar os sonhos, de conseguir o que quer. Os dois primeiros conjuntos apontam para sentimentos que a pessoa tem em relação a si própria, enquanto este terceiro incorpora nessa relação uma sub-dimensão que insere também a autoconsciência dessa experiência subjetiva.

Nesse bloco de idéias e expressões o indivíduo é o principal agente e operador de mudanças. Essas mudanças se dão, portanto, no plano subjetivo, supondo-se que cada um(a) tem papel fundamental na transformação de si mesmo(a). Esse primeiro rol de idéias se aproxima da utilização do conceito de *auto-estima* feita pela psicologia. Como aponta Fernandes (1984), nesta dimensão está em jogo a percepção que a pessoa tem de si mesma. De acordo com a autora, “Refere-se aos sentimentos que a pessoa tem para consigo mesma, como se apreende a si própria, considerando suas capacidades, suas experiências passadas e atuais, valores, sentimentos, motivações” (p. 75).

Entende-se aqui, no entanto, que, por mais que a dimensão analisada tenha foco no indivíduo, ela não pode ser dissociada, ao menos na análise, de aspectos que relacionam este indivíduo com a sociedade em que se insere. A própria ênfase no indivíduo como capaz de solucionar seus problemas a partir da tomada de consciência aponta para uma sociedade em que o indivíduo é categoria dominante (VELHO, 2004, p.23).

Mas, mesmo a centralidade do indivíduo em determinados momentos de seus discursos, se combina, não raro, a outras esferas em que a noção de indivíduo ou a dimensão da subjetividade se dilui ou encontra-se articulada a outras esferas que remetem às relações sociais ou à sociedade em que este indivíduo se insere, como demonstram outros blocos de idéias expostos nos quadros e tratados no ponto a seguir.

Indivíduos, relações sociais e consumo

Como foi explicitado no bloco anterior, ao classificar algumas expressões, palavras e idéias surgidas nas entrevistas a partir da relação entre indivíduo e sociedade não se pretende passar a idéia de que os demais conjuntos não tragam em si tal relação, mas apenas que, neste caso, aí está a ênfase do uso da noção de *auto-estima*. Há, pelo menos, quatro blocos em que isso acontece: os que se referem a “Indivíduo/ relações sociais” e “Consumo” em ambos quadros⁴.

No Quadro 1, relativo às idéias que expressam a presença da *auto-estima*, estão contidas na célula “Indivíduo/ relações sociais”, expressões como “melhorar imagem para outras pessoas”; “policar o jeito de falar”; “chocar o público”; e “ajudar o próximo”. Estas quatro expressões se aproximam na medida em que estabelecem uma relação com o “outro”. As ações aí listadas se referem a alguém para quem o indivíduo se apresenta, remetendo à idéia de que, ainda que o processo de *auto-estima* também seja interno e subjetivo, há necessidade de mudanças visíveis de imagem e/ ou comportamento para que se complete. Essas mudanças visíveis se articulam a estratégias de apresentação social (como demonstram as três primeiras expressões), mas também ao estabelecimento de vínculos de solidariedade (“ajudar o próximo”). Como lembra Fernandes (1984), o sentimento de *auto-estima* estabelece conexões entre a percepção de si próprio e níveis pessoais de aspiração (que variam de acordo com trajetórias pessoais), referidos em pessoas que possuem aptidões e talentos semelhantes aos seus. De acordo com a autora:

A percepção dos outros a respeito dos papéis sociais desempenhados pela pessoa influencia o sentimento que ela tem de si mesma, reforçando a maneira pela qual se sente, em um verdadeiro processo de retroalimentação. A expectativa dos outros sobre o comportamento da pessoa influencia o desenvolvimento de uma auto-estima ou não. (FERNANDES, op. cit., p. 73)

A partir desta perspectiva o processo de *auto-estima* se assemelha ao processo dinâmico de elaboração da identidade (individual ou de um grupo) que necessita do olhar do outro para sua permanente (re)constituição. A construção da identidade não pode prescindir da negociação constante da auto-imagem da pessoa ou grupo em relação aos outros. Segundo Michael Pollak

⁴ Mais à frente pretendo deixar claro porque optei por juntar “Indivíduo/ relações sociais” e os conjuntos relacionados em “Consumo”.

(1992), a identidade é um fenômeno que se produz “em referência aos critérios de aceitabilidade, de admissibilidade, de credibilidade, e que se faz por meio da negociação direta com outros” (p. 204). Mesmo a opção colocada em uma as expressões de “chocar o público” não abre mão deste vínculo e agrega a dimensão da negociação e do conflito.

No Quadro 2 (referente à falta de *auto-estima*), aparece uma longa lista de idéias e expressões que fazem a ponte entre indivíduos e relações sociais. Entre elas aparecem: não poder estudar numa boa escola, aprender idioma, freqüentar lugar que gostaria, alcançar boa posição no mercado de trabalho, não saber falar direito, não ter emprego, nem dinheiro, e não ter direito ao lazer. Todas as idéias aí presentes se colocam na negativa, evidenciando um cenário de ausências e/ou interdições.

Há uma certa consciência por parte das integrantes do Melanina de que o lugar social das “mulheres negras de comunidade” condiciona o acesso das mesmas a bens e direitos, limitando-o ou inviabilizando-o. O “não poder” expressa a falta de condições objetivas para que tal acesso se concretize, indicando que não depende apenas de uma “força de vontade” individual capaz de fazer, sozinha, com que esse cenário seja revertido ou alterado. O alijamento desse grupo social das oportunidades de estudar em uma boa escola, aprender um idioma, freqüentar lugares que gosta etc se relaciona à pauta da cidadania e dos direitos, ou seja, remete ao fato de o Estado não assegurar a todos os grupos sociais oportunidades iguais de acesso a tais espaços, assim como ao fato de, por falta de dinheiro, não poderem tomar parte de outras estratégias que assegurariam, de maneira privada, a obtenção destes bens e ingresso nestes espaços. Neste sentido, aproximam-se as esferas dos direitos e do consumo.

O consumo aparece, em suas falas, mais diretamente articulado por idéias como “conforto, beleza e bem-estar”, “poder usar a roupa que quer”, “questão financeira”, “melhorar padrão de vida”, “não ter dinheiro para consumir o que se quer”, “querer se embelezar e não ter condições (falta de dinheiro para comprar produtos apropriados)”, e “não ter dinheiro para consumir o que quer (roupas, casa etc)”. A primeira relação estabelecida aí é entre a falta de dinheiro e o desejo de obter bens materiais. Entre estes bens materiais estão desde a casa própria, até roupas e produtos de beleza (que envolvem também a dimensão do corpo). Ao discutir a relação entre consumo e cidadania, Canclini (1996) lembra que “costuma-se imaginar o consumo como o lugar do suntuoso e do supérfluo, onde os impulsos primários dos indivíduos poderiam

alinhar-se em estudos de mercado e táticas publicitárias” (p. 21). O autor defende, no entanto, que para entender a sociedade contemporânea é preciso se abrir mão da dicotomia existente entre consumo e cidadania, usualmente circunscrita à esfera da política. Segundo o autor, “(...) quando selecionamos os bens e nos apropriamos deles, definimos o que consideramos publicamente valioso, bem como os modos com que nos integramos e nos distinguimos na sociedade (...)” (ibid). O consumo, para ele, está entre as práticas sociais e culturais que podem criar um “sentido de pertencimento”.

Diversos autores que estudam jovens e culturas juvenis apontam para a centralidade das práticas de consumo na vida dos jovens. O consumo musical, por exemplo, pode ser o articulador de outras práticas culturais que afirmam seu pertencimento a um estilo comum e compartilhado por uma coletividade e que envolve não só a música, mas também vestimentas específicas, acesso a espaços onde acontecem festas e shows em que aquelas músicas são cantadas e tocadas e onde as pessoas que compartilham tal prática cultural se reúnem, além de signos corporais como penteados, tatuagens, piercings etc.

De acordo com Soares (2004), a esfera do consumo se conecta também com a elaboração de identidades dos jovens, onde o interesse por determinadas “marcas” ou “estilos”. A roupa ou qualquer que seja o “objeto de consumo” em questão ajuda a garantir o reconhecimento de um determinado grupo, com o qual compartilha valores e gostos semelhantes e onde ele pode se perceber como igual. No consumo estão envolvidas dimensões simbólicas e objetivas em que o que é consumido (ouvido, vestido etc) se torna símbolo de pertencimento e o reconhecimento daí advindo tem impacto na relação do jovem consigo mesmo e, portanto, em sua *auto-estima*. Neste sentido, as expressões enunciadas pelas integrantes do Melanina evidenciam que esta dimensão não deve ser ignorada.

Corpo, discriminações e relacionamentos

O corpo também aparece como dimensão associada à idéia de *auto-estima* do grupo. Presente nos dois quadros, se expressa mais diretamente através das idéias de “manter a forma”, “praticar esportes ou exercícios físicos”, “se olhar no espelho e se gostar”, “cobrança por corpo perfeito”, “viver tentando corresponder a um padrão de beleza branco (clarear os pêlos, alisar o

cabelo)”, “não ter atividades, espaços e roupas adequadas para as características físicas da mulher brasileira”, “se achar feia”, “usar roupas indecentes”, e “viver tentando agradar alguém”.

Apesar de apontar quase que inevitavelmente para uma forte ênfase no indivíduo, o corpo pode ser compreendido e analisado como produto da incorporação de uma série de normas e condutas sociais. Expressões como “manter a forma”, “praticar esportes ou exercícios físicos”, e “cobrança por corpo perfeito” revelam um processo em andamento onde os indivíduos estão submetidos a exigências que respondem a uma “moral da boa forma” que, de acordo com Goldenberg e Ramos (2002), “não exige dos indivíduos apenas o controle de suas pulsões, mas também o (auto)controle de sua aparência física. O decoro, que antes parecia se limitar à não-exposição do corpo nu, se concentra, agora, na observância de regras de sua exposição” (p. 25). Não corresponder a determinados padrões estéticos é visto socialmente como indício de preguiça e indisciplina, ou seja, “como falta de investimento do indivíduo em si mesmo” (GOLDENBERG, RAMOS, op. cit., p. 31). O corpo está sendo tratado aqui, portanto, como produto cultural, determinado por sua inserção social e histórica, e não como algo “natural”. Os autores chamam atenção para o fato de o corpo ter se tornado um valor em que se cobra dos indivíduos investimento e trabalho para que ele seja capaz de corresponder às expectativas sociais e possa ser exibido.

A “cobrança pelo corpo perfeito” se articulada a esta idéia, mas coloca novas dimensões: de gênero e de raça, como aponta a próxima fala:

Entre outras coisas, **a imposição que a mulher tem na sociedade, principalmente da mulher negra.** O tempo todo ela é **obrigada a usar cabelo liso**, sabe? **Aquela coisa de ter o corpo perfeito**, olhar e **se você não for estilo mulata, então você não serve.** (Combatente)

O corpo não é algo genérico e abstrato. Além de investido da cultura em que se insere, tem também um gênero e características fenotípicas que o fazem ser reconhecido como pertencente a uma raça (também socialmente construída). Determinadas cobranças têm, portanto, efeito diferenciado sobre corpos distintos. A percepção de Combatente aponta que as mulheres e, sobretudo, as negras são mais cobradas pela sociedade em relação ao “corpo perfeito”. Corpo que, segundo ela, corresponde a um padrão já estabelecido: o de mulata e que tem no cabelo uma dimensão à parte, e revela a imposição de um padrão de beleza branco.

De acordo com Bourdieu (2003), há um hiato entre o chamado “corpo socialmente exigido” e a “relação prática com o próprio corpo imposta pelos olhares e as reações dos outros” (p. 81). No caso das mulheres, a situação de dominação cultural masculina, faz com que seja mais provável a vivência de experiências de desagrado com o próprio corpo, pela impossibilidade de correspondência ao que Combatente chama de “corpo perfeito” ou, no caso das mulheres negras, “o ideal da mulata”.

Nesse sentido, “se achar feia” e “viver tentando agradar alguém” cabem como outros dois aspectos que reforçam a vivência de tal dominação simbólica constante. Esta vivência se associa também aos relacionamentos afetivo-sexuais por elas experimentados. Dessa forma, as relações entre homens e mulheres são vistas tanto como indicadores de boa *auto-estima* (no caso de “curtir, ficar, namorar”, “saber da capacidade de arrumar outro parceiro”, e “ser elogiada pelo namorado”), quanto de falta da mesma (“apanhar do companheiro”, “ser abandonada”, “não ser valorizada”, “ter relacionamento ruim ou mal resolvido”, “ter problemas dentro de casa” e “agredir mulheres”).

A dominação ultrapassa a fronteira do simbólico e da sua internalização por parte de homens e mulheres envolvidos para ser expressa também através da violência física, como no caso de “apanhar do companheiro” ou “agredir mulheres”⁵. Neste caso, no entanto, é indicada também a necessidade de trabalhar a *auto-estima* dos homens já que a agressão, a violência contra as mulheres é vista por algumas como insegurança deles, como indicador de baixa *auto-estima* deles também. A relação em si entre aquele que bate e aquela que apanha é entendida como “relacionamento ruim” onde a mulher “não é valorizada” e produto e produtora da baixa *auto-estima* de ambos. Este é o único momento em que uma delas inclui os homens como sujeitos potenciais das ações do grupo.

A associação entre corpo e *auto-estima* não é objeto de reflexão e trabalho apenas do Melanina, ao contrário, os textos e livros sobre a temática são, junto àqueles sobre questões

⁵ Algumas das participantes narraram em suas entrevistas já terem sofrido situações de violência física como estupro e ter apanhado do namorado ou companheiro e associam esse fato a uma realidade maior vivenciada por mulheres negras e moradoras de comunidades que, não raro, são para os homens o que elas chamaram de “lanchinho da madrugada”, sendo desvalorizadas pelos seus parceiros que preferem ter ao seu lado mulheres brancas ou de classe média (“playboys”). Ainda segundo elas, essas situações acabam gerando uma auto-desvalorização por parte das mulheres negras e pobres.

étnico-raciais, onde a *auto-estima* mais se faz presente.

Retomando Valle (2002), “o termo ‘auto-estima’ ganha legitimidade em discursos que induzem a determinadas práticas, como aquelas características do atual culto ao corpo da sociedade brasileira” (p. 03). Neste caso, o discurso vigente é de que ao operar melhorias estéticas pelo cuidado com a aparência, os indivíduos conseguiriam também “benefícios emocionais” com o aumento da *auto-estima*. A mesma autora, chama a atenção para as diferenças de gênero encontradas na elaboração de tais idéias:

Observa-se, assim, uma diferença entre os modos de relacionar a auto-estima com o corpo feminino e o masculino. No primeiro caso, a auto-estima é debatida quando o corpo não corresponde a padrões de beleza estética feminina. Já no segundo, a auto-estima entra em questão quando se trata de modelos de virilidade e potência sexual. Além disso, o fato de haver um maior número de matérias associando a mulher aos problemas de auto-estima, também podem ser entendido como uma tradicional distinção de gênero operada pela cultura brasileira que se refere à mulher como o sexo frágil. (VALLE, op. cit., p. 04)

Outro aspecto trazido pela autora é que a falta de *auto-estima* aparece nas reportagens analisadas entre aquelas(es) que não estão de acordo com os “padrões de aparência”, associando-os a problemas subjetivos, ou seja, de *auto-estima*. Os padrões estéticos da cultura do corpo se associam, portanto, a ideais de *auto-estima*, o que parece estar em conformidade com pelo menos uma parte das representações por elas acionadas pela idéia de se *ter auto-estima* como sinônimo de “manter a forma” ou de “praticar esportes ou exercícios físicos”.

Há, no entanto, outras idéias ligadas ao corpo e expressas pelas participantes do grupo, como a não correspondência a um modelo de beleza branco, não ter atividades e roupas para a mulher negra ou mulher brasileira e, ainda, se achar feia que se aproximam daquelas que aparecem classificadas como “Discriminação racial” ou “Discriminações/ preconceitos” nos dois quadros (“Não se considerar macaco como a sociedade põe” e “Não usar alisante no cabelo, usar trança nagô” no *Quadro 2*; e “Sofrer preconceito”, “Sofrer preconceito por ser negra e/ou morar em comunidade”, “Sofrer diferentes formas de discriminação (por ser mulher, negra, jovem)”, “Imagem negativa da mulher negra (“se não for mulata, não serve)”, e “Ser reprimida pelos homens”).

Há, por trás destas listagens, a expressão de algumas idéias centrais. A primeira delas é a consciência por parte das integrantes da existência de mecanismos discriminatórios ligados às dimensões de gênero, raça e classe (“de comunidade”) que colocam as mulheres negras e pobres em situações de sofrimento (note-se que quase toda a listagem do quadro referente à falta de *auto-estima* se inicia com a palavra “sofrer”) onde esse grupo encontra-se como vítima. A segunda idéia diz respeito à cobrança em relação ao corpo ter como base o prevalecimento de um padrão estético onde a “beleza branca” é preconizada em detrimento das demais, ou seja, para ser bonita é preciso ter atributos de uma mulher branca (cabelo liso, pêlos louros etc). Desta maneira, as negras nunca estão em total conformidade com este padrão o que gera, na visão do grupo, um sentimento de inadequação que se agrava ainda mais devido a estarem também submetidas a imagens negativas associadas a negros e negras

Retomando a primeira idéia central, as múltiplas discriminações são percebidas pelas integrantes e pelo grupo como causa da falta de *auto-estima* nas mulheres negras de comunidade, o que remete ao lugar que estas mulheres ocupam na estrutura social, e também às práticas discriminatórias a que estão submetidas constantemente.

Apesar do grande peso dado à aparência para a elevação da *auto-estima*, também no caso do Melanina, não é possível resumir a baixa *auto-estima* dos negros, das mulheres negras e/ ou dos pobres a este aspecto. A desvalorização das características físicas pelas quais os negros são identificados (cabelo, cor, traços faciais etc) ajuda a conformar, como vem sendo visto neste artigo, um cenário mais amplo e complexo de discriminações. Neste sentido, lidar apenas com a aparência seria reduzir a esta dimensão outros atributos, positivos e negativos, que o grupo vincula à idéia de *auto-estima*. De acordo com a primeira matéria publicada sobre o grupo pelo site Viva Favela:

Na luta para elevar a auto-estima e a aceitação da mulher negra, o Melanina não prioriza a estética, mas a conscientização. E é neste ponto que mais bate Mônica, a Combatente. “É por isso que as negras se acham **feias, incapazes, alisam o cabelo e estão fora do mercado.** Porque **ainda não sabem o valor e a força que têm.** E acabam seguindo o que é imposto pela mídia”, explica. (“Da cor do orgulho”, site Viva Favela, 8 de março de 2004)

O processo que eleva à *auto-estima* não está, portanto, para este grupo, ligada apenas à

aparência, contradizendo a supervalorização dessa esfera presente na análise de alguns autores. De acordo com Jana na mesma reportagem citada anteriormente: “nosso clima é de conscientização dessas minorias excluídas e marginalizadas. (...) conscientes, as pessoas são capazes de fazer uma opção e não apenas seguir um modelo que é imposto a elas”. Neste sentido, o trabalho do Melanina se aproxima àquele desenvolvido por ONGs e movimentos sociais que, de acordo com Valle (2002), “se propõem, dentre outras tarefas, a de ‘melhorar a auto-estima’ de determinados segmentos desfavorecidos socialmente”.

O que elas chamam de *valorização, resgate e/ ou elevação da auto-estima* não aparece como algo automático, mas como o resultado de um processo em que elas, enquanto grupo, pretenderam interferir através dos programas de rádio, palestras e cursos, incluindo-se aí a inserção no mercado de trabalho. Para que seja possível essa *elevação da auto-estima* é necessário um processo educativo, de aprendizagem ou um “desenvolvimento transformador” (como está no trecho inicial tirado de seu Portifólio) para que a pessoa “aprenda a se gostar”. Este processo para por algumas dimensões também encontradas no *Quadro 1* como “ler mais, estudar mais”, “procurar pessoas e ambientes que façam crescer”, “buscar informação” e “querer sair da comunidade para fazer cursos, estudar”. Vários destes aspectos são, de acordo com o discurso de suas integrantes, estimulados pelo grupo já que estão em suas percepções associados, por exemplo, à dinâmica de produção das rádios comunitárias. Ao mesmo tempo, essas ações (mas não apenas elas) levariam ao que está classificado no mesmo quadro como “Equilíbrio”, ou seja, a “estar bem com tudo: vida afetiva, profissional, financeira”; “equilíbrio entre corpo e mente” e “estar de bem com a mente”.

O grupo não tem, portanto, influência direta sobre a dimensão do corpo através de seu trabalho, mas acredita que a conscientização, que passa também por uma busca de informação, pode modificar a relação das mulheres negras e pobres com ele, fazendo com que possam “optar” e não seguir automaticamente um padrão imposto.

Auto-estima na interseção

A noção, da forma como acionada pelo grupo e suas integrantes, congrega a ênfase nos indivíduos e a dimensão das relações sociais, apontando que as pessoas são produto também da

interação com a sociedade e com seu entorno, nesse sentido, a grande mídia, propagadora de modelos de beleza e de sucesso; e os homens, que aparecem em algumas falas como aqueles que cobram no dia-a-dia que as mulheres se enquadrem em tais modelos, têm papel fundamental.

Há uma dimensão ainda mais coletiva que diz respeito à relação entre a noção de *auto-estima* e a mulher negra. Os dois aspectos (trabalhar a *auto-estima* e ter como público preferencial as mulheres negras de comunidade) não devem ser dissociados ao se buscar compreender o Melanina. Na verdade, a idéia de *auto-estima* opera pelo menos duas articulações para o grupo: entre raça, gênero e classe; e entre indivíduo e sociedade. Estas esferas se relacionam nesta categoria a partir das experiências das formadoras do grupo.

A luta pela elevação da *auto-estima* passa a ser uma solução possível para lidar com as discriminações e desvantagens enfrentadas (e “sofridas”) pelas mulheres negras, sobretudo aquelas que vivem em favelas (a que se referem como “comunidades”). A idéia de que as mulheres negras e pobres são as que mais sofrem os efeitos de uma sociedade desigual aparece de várias maneiras nas entrevistas e nos materiais de/ sobre o grupo. Essa idéia, no entanto, não é apenas desse grupo. Há um certo consenso social nesse sentido, tornado visível nas últimas décadas a partir de pesquisas que refletem anos de trabalho de setores dos movimentos negro e de mulheres, mais especialmente de movimentos e organizações de mulheres negras. Nas palavras da pesquisadora Sueli Carneiro:

A mulher negra, no Brasil, a partir de meados da década de 80, passa a se organizar politicamente em função de sua condição específica de ser mulher e negra, mediante o combate aos esteriótipos que a estigmatizam: por uma real inserção social; pelo questionamento das desigualdades existentes entre brancas e não-brancas em nossa sociedade; contra a cidadania de terceira categoria a que está relegada por concentrar em si uma tríplice discriminação de classe, raça e gênero. (CARNEIRO, 2002, p. 180)

A autora chama a atenção em seu artigo para insuficiência do tratamento da mulher negra dentro dos movimentos feminista e negro a partir de um amplo levantamento de dados e situações que demonstram o triplo preconceito que recai diariamente sobre as mulheres negras brasileiras, levando em conta que a maioria delas é também pobre. Entre os efeitos da discriminação sobre a mulher negra, aparece a temática da *auto-estima*. Para Carneiro, a

violência racial associada à de gênero (incluída aí o que autora chama de “violência psicológica”) tem efeitos perversos sobre a *auto-estima* dessas mulheres, parte deles ocasionados pela “imagem desvalorizada presente no imaginário social” (CARNEIRO, op. cit., p. 175).

Assim como demonstra Carneiro, há uma consciência muito clara por parte das formadoras do Melanina de que não é possível, ao pensar nas discriminações, privações de direitos e desvantagens sociais, desarticular gênero, raça e classe. A expressão de situações de preconceito de gênero, raça e classe vividas em seu cotidiano (que podem aparecer, ainda, articuladas a outros atributos situacionais de desvantagem, como “ser jovem”) é elaborada em diálogo com um quadro social e histórico mais amplo onde encontram-se inseridas:

Eu acho o seguinte, a repressão é tão forte por você ser mulher e por você ser negra que você começa a se rejeitar, uma rejeição e isso acontece. A pessoa começa a ser raiva, ter nojo de ser negra e ter nojo de ser mulher. É uma coisa que não é só por ser mulher ou só por ser negra, é uma coisa que é conjunta, é por ser mulher e por ser negra. Porque o preconceito que a pessoa sofre, a discriminação que sofre é em função dos dois. Então eu acho que quando a pessoa sofre isso, se ela não tiver uma preparação, se não tiver apoio, ela sofre um conflito interno muito grande, começa a não se aceitar por ser mulher e por ser negra. (Lívia)

O Melanina escolhe o foco na mulher negra “de comunidade”, a partir de suas vivências enquanto tais, mas também a partir da percepção de que se trata de um problema não apenas delas, mas da sociedade. É possível dizer que a abordagem do grupo é *interseccional*, para usar o conceito de *interseccionalidade* de Kimberlé Crenshaw (2002). A idéia que o grupo traz de uma vivência de discriminações simultâneas que acontecem por condições subordinadas que estão associadas em suas vidas e nas vidas das mulheres a que pretendem atingir se articula à idéia de Crenshaw de que determinadas estruturas sociais colocam sujeitos e grupos em posição de múltipla desvantagem no acesso a direitos, bens e oportunidades. Em suas palavras, a interseccionalidade “é uma conceituação do problema que busca capturar as conseqüências estruturais e dinâmicas da interseção entre dois ou mais eixos da subordinação” (CRENSHAW, op. cit., p. 177).

Essa perspectiva, que se aproxima daquela adotada pelo Melanina, permite perceber efeitos e dinâmicas discriminatórias sem que, para isso, seja preciso hierarquizar as

características pelas quais sujeitos e grupos sofrem discriminações. Trata-se de uma resposta teórica complexa para fenômenos sociais igualmente complexos. Dessa maneira, não se trata de entender discriminações de gênero, de raça ou de classe de maneira dissociadas, mas buscar compreender os efeitos de formas múltiplas e associadas de discriminação sobre aquelas que possuem e revelam estigmas múltiplos, em um contexto em que a articulação de tais estigmas é, em si, sinal de estigma.

A abordagem interseccional, enquanto ferramenta conceitual, possibilita entender tais fenômenos, assim como a idéia de *auto-estima* tornou possível para o grupo relacionar formas de transformar as múltiplas discriminações em características associadas que devem ser valorizadas. Tendo em vista a inserção do grupo estudado em nossa sociedade, é possível, a partir das idéias por ele associadas à *auto-estima*, perceber uma maior relação entre a noção do grupo ligada a determinados “ideais de felicidade e bem-estar” que passam pela possibilidade de acesso a bens e direitos, ao consumo, à valorização de múltiplas belezas etc. Estando inseridos em um contexto onde se articulam cultura Hip Hop (e sua forte dimensão racial), ONGs e movimentos sociais (entre eles o de mulheres negras, o feminista e o negro), projetos sociais e rádios comunitárias, o Melanina participa de um campo mais amplo onde a noção de *auto-estima* é utilizada, fazendo parte de um cardápio discursivo. Eliane Santos (2002), em sua dissertação de mestrado sobre a organização não-governamental Criola, analisa a forma como o discurso sobre aparência negra se relaciona à idéia de *auto-estima*. Segundo a autora:

Os depoimentos indicaram que a auto-estima pode ser definida como resultado das percepções e expectativas que os indivíduos têm uns dos outros. As imagens negativas sobre as mulheres negras estimulariam a baixa auto-estima e a autodesvalorização. Deste ponto de vista, a auto-estima é algo que vem de dentro, algo que todos possuem e, ao mesmo tempo, é adquirida através da cultura. No caso da mulher negra, é preciso que a auto-estima seja ‘aflorada’ mediante o resgate de valores históricos e culturais. Este modo de pensar a auto-estima vincula sua elevação à valorização da aparência. Desmistificar ‘ícones estéticos’ baseados em um padrão europeu foi destacado como parte desse processo.

Outro modo de pensar a auto-estima deu ênfase à ação do racismo e do sexismo na construção do eu. A baixa auto-estima seria o resultado da vivência cotidiana desses processos que conduzem o indivíduo a gostar menos de si devido a imagens negativas vinculadas à aparência física. (SANTOS, op. cit., p. 129)

Assim como as conclusões a que chegou Santos em relação à ONG Criola, as integrantes do Melanina associam a *elevação/ resgate/ valorização da auto-estima* a uma dificuldade que a mulher negra tem de se aceitar devido ao fato de os padrões estéticos mais difundidos e valorizados na sociedade serem bastante distantes do seu, mas também a sua inserção em uma sociedade racista e machista, onde agregam símbolos de múltiplos estigmas, agravados por serem pobres.

Ao mesmo tempo em que experimentam cotidianamente uma contradição entre tentar ser diferente e “se aceitar” ou “se achar bonita”, há também as interdições diárias igualmente produzidas por sua condição: falta de dinheiro, enfrentar preconceito em relação à entrada no mercado de trabalho, sofrer violências, ser preterida pelos homens em favor de mulheres brancas, ter que cuidar/ sustentar seus filhos e filhas sozinhas (ou com apoio da família, mas sem o pai) etc. A aparência, nesse contexto, se revela como mais um aspecto a ser considerado dentro de um complexo quadro de interdições e desvalorizações, agravando e desqualificando ainda mais estas mulheres.

Para o Melanina, *elevar a auto-estima* não significa apenas “se sentir bonita”, mas também ter acesso a “oportunidades”. Não é à toa, portanto, que aliada à estratégia das rádios (que aparecem nas trajetórias das participantes associadas à idéia de oportunidade), está também a capacitação das mulheres para o mercado de trabalho, o que permitiria operar o tal “desenvolvimento transformador”, já que a mulher passa a sentir capaz, valorizada e com dinheiro para consumir o que deseja.

Na estratégia central do grupo, a atuação através de rádios comunitárias, não é a aparência das integrantes que está em foco como modo de valorizar a *auto-estima* de suas ouvintes e de outras mulheres que estariam sendo formadas para trabalhar com rádio. É, portanto, através da formação para atuar em rádio (que elas associam a um processo de busca de informações) e do formato dos programas, tocando *black music*, divulgando espaços de cultura negra (Hip Hop, bailes de *black music*, exposições, atividades políticas etc), falando dos “heróis e heroínas” (quase todos negros e do povo), que elas estariam operando a valorização das mulheres negras e pobres, já que se sentiriam capazes de estar à frente de um programa de rádio, e “o resgate de valores históricos e culturais” (SANTOS, 2002, p. 129). Neste sentido, a transformação da relação com a aparência resultaria de um trabalho de conscientização, não

sendo, no entanto, objetivo primeiro do grupo.

Há, ainda, outra dimensão: mostrar para outras tantas mulheres negras de comunidade que, assim como as mulheres do Melanina, também poderiam ocupar este lugar, ou seja, estar à frente de um programa de rádio, sendo possível construir espaços para expressar suas angústias, expectativas e opiniões. Nesse sentido, elas estariam contribuindo também para operar alterações sobre o “imaginário social” acerca do lugar que a sociedade destina às mulheres negras e pobres. Como uma delas contou, o Melanina nasceu como um grupo de “auto-ajuda”, onde buscar uma solução para mudar as suas vidas acabou associado a criar soluções para um “problema social” mais amplo:

O que a gente observa muito, principalmente em comunidade carente e mulher, né, que são pessoas altamente discriminadas, reprimidas, não tem voz ativa e isso tudo desencadeia um quadro de... um certo quadro de impotência, de depressão. As pessoas se sentem inferiores. Isso tudo na verdade é baixa auto-estima, é quando a pessoa se sente inferior as outras, não se ama. A baixa auto-estima é um processo de depressão. E quando a gente fala de auto-estima é que a pessoa tem que aprender a gostar dela do jeito que ela é, ela tem que se amar, ela tem que saber que pode chegar a algum lugar, ela pode chegar onde ela quiser. E esse foi o objetivo da gente estar criando isso, porque baseado em tudo isso que eu te falei que era uma coisa que **todas sofriam**, queriam estar curando isso, mas não sabiam como. Na verdade queriam **ajudar outras pessoas**, mas **precisavam ser ajudadas e queriam ser ajudadas. Na verdade foi um grupo de auto-ajuda que foi criado.** E não sabiam nem na verdade detectar o que era que **elas sofriam**. Então, isso foi uma coisa ao longo do tempo que **a gente foi percebendo que na verdade era a auto-estima, era não alcançar os sonhos, era não poder estudar numa escola boa, era não poder estudar um idioma, era não poder freqüentar um lugar que sempre sonhou, entendeu? Era não saber falar legal, era sofrer preconceito, era chegar em casa o marido encher de porrada. Então isso tudo desencadeia um processo de baixa auto-estima.** Então a gente observou que a gente incentivando esse lado cultural, esse lado educativo, esse lado de estar soltando o que cada um tem de bom dentro de si, a gente estava conseguindo trabalhar muito rápido a questão da auto-estima, a questão de: *eu posso, eu posso ser feliz, eu posso ser alguém, eu posso ser o que eu quero*, né, esse foi o objetivo: ***eu posso ser o que eu sonhei***. E essa questão dos veículos de mídia influi muito, os veículos de comunicação influi muito. (Lívia)

No entanto, o grupo também reconhece que esse “problema social”, que é a discriminação da mulher negra de comunidade, a repressão vivenciada por elas e a falta de oportunidades de expressão, tem conseqüências subjetivas em cada uma delas, que são obrigadas

a viver diariamente nesse cenário de desvantagem e preconceito. Se há conseqüências para a sociedade como um todo, há também os tais sentidos que acarretam a baixa *auto-estima*: a depressão, a busca por se encaixar em um modelo que não a considera, o desemprego, os baixos salários etc. Esse cotidiano limita a possibilidade de sonhar dessas mulheres, o direito de terem projetos de vida ambiciosos e diferenciados daquilo que o destino (ou o campo de possibilidades em que se encontram inseridas) reservou para elas. Reside aí a importância dessas mulheres passarem a se gostar, buscar melhorar seu padrão de vida, não alisar o cabelo, encontrar seus potenciais a partir de um “resgate interno”, buscar informações, fazer cursos etc.

Entre os modos de dominação ou opressão não há, apenas, a privação de direitos e oportunidades que restringem o campo de possibilidades objetivas de escolha dessas mulheres e que as fazem morarem preferencialmente em bairros populares e favelas, estudarem em escolas públicas e precárias ou terem trabalhos igualmente precários, que pagam pouco, e estão muito longe de gerar alguma “satisfação profissional”. Somado a esse quadro, há também uma forma mais sutil (mas tão cruel quanto as demais) de dominação, a simbólica, que impede, como revelaram as falas das integrantes do Melanina, uma percepção positiva de si mesma, influenciando diretamente na construção da identidade das mulheres negras. Nas palavras de Bourdieu:

A revolução simbólica contra a dominação simbólica e os efeitos de *intimidação* que ela exerce tem em jogo não, como se diz, a conquista ou a reconquista de uma identidade, mas a reapropriação coletiva deste poder sobre os princípios de construção e de avaliação da sua própria identidade de que o dominado abdica em proveito do dominante enquanto aceita ser negado e negar-se (e negar os que, entre os seus, não querem ou não podem negar-se) para se fazer reconhecer. (BOURDIEU, 2000, p. 125)

O Melanina buscou através dos programas de rádio interferir sobre esta realidade, criando um projeto coletivo onde construíram um processo de elaboração permanente de uma “identidade Melanina”, procurando em suas experiências pessoais de discriminação e repressão símbolos e ações capazes de mobilizar outras mulheres para se valorizarem, elevando a *auto-estima* das mesmas. Os limites do projeto coletivo são os limites da ação social, em conexão constante com outras demandas, com os apelos do dia-a-dia para ganhar dinheiro, sustentar a família e as diferenças internas ao grupo.

A ação criada pelo Melanina não está isolada, inserindo-se em um campo mais amplos onde organizações não-governamentais, movimentos sociais e setores do poder público e do mercado começam a reconhecer a importância de trabalhar, junto com agendas políticas mais coletivas, dimensões subjetivas, que também têm consequências sociais. O grupo construiu o seu caminho a partir da noção de *auto-estima* e conseguiu visibilidade em determinadas esferas por ser capaz de atualizar agendas políticas através de uma linguagem jovem e popular articulando em seu discurso dimensões do cotidiano que alguns atores sociais insistem em tentar apartar como política, consumo, corpo/ aparência, cultura, comunicação etc.

Referências Bibliográficas

BOURDIEU, Pierre. “A identidade e a representação – Elementos para uma reflexão crítica sobre a idéia de região”. *In: O Poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000, 3ª ed.

_____. **A Dominação Masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003, 3ª ed.

CANCLINI, Néstor García. “Consumidores do século XXI, cidadãos do XVIII” *In: Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1996. p. 13-47.

CARNEIRO, Sueli. “Gênero e raça”. *In: BRUSCHINI, Cristina. UNBEHAUM, Sandra G. Gênero, democracia e sociedade brasileira*. São Paulo: FCC: Ed. 34, 2002, p. 167-193.

CRENSHAW, Kimberlé. “Documento para o Encontro de Especialistas em aspectos da Discriminação Racial relativos ao Gênero” *In: Estudos Feministas*. Ano 10. 1º semestre/ 2002, p. 171 – 188.

FERNANDES, Gisele da Silva. **Mulher, identidade e auto-estima: elementos teóricos para uma reflexão crítica**. Dissertação de Mestrado. Instituto Superior de Estudos e Pesquisas Psicossociais, Centro de Pós-Graduação em Psicologia, Fundação Getúlio Vargas, 1984.

GOFFMAN, Erving. **Estigma – Notas sobre a Manipulação da Identidade Deteriorada**. Rio de Janeiro: LTC – Livros Técnicos e Científicos Editora S.A., 1988, 4ª ed.

GOLDENBERG, Mirian. RAMOS, Marcelo Silva. “A civilização das formas: o corpo como valor” *In: GOLDENBERG, Mirian (org.). Nu & Vestido – Dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*, Editora Record, Rio de Janeiro – São Paulo, 2002. p. 19 - 40.

INSTITUTO ANTÔNIO HOUAISS DE LEXICOGRAFIA E BANCO DE DADOS DA LÍNGUA PORTUGUESA S/C LTDA. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001. p. 349.

LEAL, Mariana. “Muito além da aparência”. *In: Monte de Vênus, site Viva Favela*. Rio de Janeiro, 27 de abril de 2005.

POLLAK, Michael. “Memória e identidade social”. *In: Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, vol. 5, n. 10, 1992. p. 201-215.

SANTOS, Eliane dos. **Aparência e Auto-estima: um estudo de caso do grupo Criola**. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação em Antropologia e Sociologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2002.

SOARES. Luiz Eduardo. “Juventude e violência no Brasil contemporâneo”. *In: Juventude e*

Sociedade – Trabalho, Educação, Cultura e Participação. São Paulo: Instituto Cidadania e Editora Fundação Perseu Abramo, 2004, 1ª ed. p. 130-159.

SOUZA, Patrícia Lânes Araújo de. **Em busca da auto-estima: interseções entre gênero, raça e classe na trajetória do grupo Melanina.** Dissertação de Mestrado. PPGSA/ IFCS/ UFRJ, 2006.

VALLE, Marisol Rozdriguez. **Antropologia da auto-estima.** Núcleo de Estudos Urbanos Industriais e de Gênero. Orientação: Mirian Goldenberg. Texto apresentado na XXIV Jornada de Iniciação Científica da UFRJ. Rio de Janeiro, 2002.

VELHO, Gilberto. **Individualismo e Cultura – Notas para um Antropologia da Sociedade Contemporânea.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004, 7ª edição.

Páginas eletrônicas (sites) consultadas:

- Rádio Marémanginhos – www.maremanginhos.fiocruz.br
- Viva Favela - www.vivafavela.org.br