

# **Cosmética. poder e discurso: o contratisvo e o complementar nos entrelaces da beleza negra em Salvador**

Rita Maia\*

**Resumo:** Um estudo realizado sobre a idéia de beleza negra expressa nas confusionalis e dispersas manifestações do estilo afro baiano de ornamentar o corpo, com ênfase na matriz cultural e fenotípica africana. Utilizando como método de investigação a construção de tipos ideais weberianos focalizamos três tipos/concepções desta beleza, uma instrumental/midiática expressa no extinto Concurso Beleza Black da TV Itapoan, outra espetacular/tradicionalista criada e celebrada pelos espaços ritualísticos do Bloco afro Ilê Aivê e a última, uma concepção da militância política negra que busca exercer uma avaliação crítica da imagem de beleza negra. O estudo enfatiza o vínculo estreito entre aparência e a existência um ethos grupal, descreve o vínculo da aparência à ideais e projetos individuais e coletivos dos grupos sociais, atrelando a beleza à pertinência social dos seus usos cosméticos em situações e contextos específicos e como recursos eficazes para o empoderamento de minorias.

Palavras – Chave : Estética, beleza negra, cosmética

RESUMEN: Un estudio realizado sobre la idea de la belleza negra expresa en las intrincadas y dispersas manifestaciones del estilo afrobaiano de ornamentar el cuerpo, con énfasis en la matriz cultural y fenotípica africana. Utilizando como método de investigación, la construcción de tipos ideales weberianos, enfocamos tres tipos/concepciones de esta belleza: una instrumental/midiática, expresa en la extinta Competencia Belleza Black de la TV Itapoan; otra espectacular/tradicionalista, creada y celebrada por los espacios rituales del grupo cultural y afro carnavalesco Ilê Aviê y, la última, una concepción de la militancia política negra que busca ejercer una evaluación crítica de la imagen de belleza negra. El estudio enfatiza el estrecho vínculo entre apariencia y la existencia de un ethos grupal, describe la relación de la apariencia a las ideas y proyectos individuales y colectivos de los grupos sociales, relacionando la belleza a la pertinencia social de sus usos cosméticos, en situaciones y contextos específicos y como recursos eficaces para las minorías adquirir poder.

Palabras – Clave : Estética, belleza negra, cosmética

Este trabalho surgiu do interesse em observar a moda enquanto um componente importante do conjunto de atributos, símbolos culturais e elementos de socialização, coesão grupal, bem como, de manipulação política.

A opção pelo tema da Beleza Negra nos discursos da atual e disseminada e festejada negritude baiana foi definida considerando os seguintes aspectos: a forte participação da mídia na difusão de seus símbolos, enquanto elementos de cultura e arte; a importância de se registrar e buscar compreender um fenômeno bastante significativo e deflagrador de novas e profundas

---

\* Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia. Possui graduação em Museologia pela Universidade Federal da Bahia. Atualmente leciona na Faculdade da Cidade do Salvador, nos cursos de Design de Moda e no curso de Jornalismo e na Universidade Católica do Salvador-UCSal, no curso de História com Concentração em Patrimônio Cultural. Tem experiência na área de Museologia, com ênfase em Comunicação Museológica, e atua em pesquisas relacionadas aos seguintes temas: cultura afrobaiana, moda, corpo, arte e imagem.

mudanças na sociedade baiana e: por fim, a identificação e o interesse pessoal relativos aos elementos artísticos e culturais baianos reconhecidamente negros.

Este estreito vínculo entre política e estética pode ter como grande marco o conjunto de idéias construída em torno da palavra **negritude** utilizada pela primeira vez por Aimé Césaire em 1939, no seu poema Retorno ao país natal, inicialmente denominava um movimento artístico liderado por ele, Leopold Sedar Senghor e Leon-Gontran Damas. A partir daquele momento, a palavra vai tomando o significado relativo a adesão e aceitação da herança africana na diáspora, inclusive, na aparência física. (MOURA, 1983, p. 101)

Trazendo este fenômeno para a realidade baiana as décadas de 80 e 90, identificamos o Concurso Beleza Black, promovido pela TV Itapoan como o estudo de caso mais apropriado para observar a difusão e a valorização pela mídia televisiva, de elementos estético-anatômicos definidos como negros. O fato é que no plano do cotidiano da cidade já havia desde a década de 70 um concurso que promovia um ideal estético africano: a escolha da Deusa do Ébano, rainha do bloco Ilê Aivê. Além disso, para identificar a importância e o alcance político deste discurso buscamos uma interlocução com representantes da militância negra local, a fim de que expressassem a sua opinião sobre o fenômeno em questão.

Disto estabelecemos três tipos ideais com discursos de Beleza Negra ao utilizando a construção sugeridas por Weber, construídos

...mediante a **acentuação** unilateral de **um ou de vários** pontos de vista, e mediante o encadeamento de grande quantidade de fenômenos isoladamente dados, difusos e discretos, que se podem dar em maior ou menor número ou mesmo faltar por completo, e que se ordenam segundo os pontos de vista unilateralmente acentuados, a fim de se formar um **quadro homogêneo de pensamento**. (Weber, 1991, p.50).

Temos então: televisivo/empresarial/recreativo da TV Itapoan e seu Concurso Beleza Black; o associativo/artístico/artesanal e cultural do Ilê Aivê e sua Noite da Beleza Negra; e o estritamente, exercido por representantes oficiais do Movimento Negro Unificado – o MNU.

Para isso, procedemos a coleta-produção dos seus depoimentos que, interpretados, identificariam as especificidades dos discursos de cada tipo construído.

Tomamos como ponto de partida desta construção de imagem a migração do discurso científico do séc. XIX sobre a “inferioridade natural” dos africanos que foram disseminadas no cotidiano por formadores de opinião de diversos tipos, procurando demonstrar o peso destas idéias nos processos de socialização para indivíduos e grupos reconhecidos como negros ou cujos traços fenotípicos estariam associados à esta herança.

Ainda hoje esta herança ainda pode ser percebida em produtos midiáticos que reforçam a imagem do negro como subalterno e servil. O primeiro estudo realizado no Brasil sobre o assunto, já apontava que esta atitude é a predominante nos meios de comunicação em geral, e mais visivelmente no discurso contemporâneo televisivo. A televisão reproduz para o negro os mesmos papéis que lhe foram atribuídos historicamente na sociedade brasileira. A ficção, com todo o aparato técnico que lhe é peculiar, reforça a imagem de negro como “*servical, subalterno e inexpressivo do ponto de vista social.*” (COUCEIRO, 1983, p.86).

Diante deste quadro é importante salientar a importância de qualquer tipo de midiaticização positiva da imagem de negro, visto que a noção de Beleza e de beleza negra estão sempre inseridas em contextos de dominação exercida entre grupos e sociedades, onde sempre valem mais os traços e atributos que são associados às camadas dominantes e valem menos àqueles específicos das dominadas.

Procuramos demonstrar que a valorização positiva e o reconhecimento subjetivo e a ostentação de traços diacríticos da herança africana, junto à todas as formas de ação afirmativa e, no nosso caso, a criação e afirmação de uma beleza negra constituem um suporte para resistência à dominação sofrida individual ou coletivamente.

Observamos que, neste contexto o bloco afro Ilê Aivê tornou-se um forte representante dos ideais de negritude local, sendo o mais considerado interlocutor dentre os diversos emissores do ideal de negritude. Seu sucesso pode ser atribuído a sua habilidade em conciliar as formas plásticas da beleza negra ao discurso político, mostrando que para além da superficialidade, os usos cosméticos do corpo (adornos) e da aparência (maneiras), além de constituírem um estilo de vida, definem e redefinem status, criam vínculos, legitimam identificações, tornam-se elementos de valorização individual e coletiva. Expressam, então, a estreita relação entre o estético, étnico e o ético.

O estilo que compõe a Beleza Negra do Ilê Aivê encontra sua origem e base numa bricolagem imaginária de elementos advindos da *soul music*, do candomblé, das lutas políticas de libertação da África e dos direitos civis nos EUA. Define-se por oposição radical aos cânones de beleza hegemônicos acentuatadamente brancos. No Ilê Aivê os usos da moda afro, tornaram-se instrumento de militância.

Originado no boio de um conjunto e atividades lúdicas, o bloco afirma a efemeridade, a festa e o espetacular não só como espaços de beleza e lazer, mas também como pólos eficazes de resistência cultural. No carnaval (espaço de inversão da ordem) o bloco encontra o momento

propício para a criação de uma nova ordem desejada, uma contra-ordem paralela: o mundo negro do Ilê Aivê.

É por este aspecto agregador que os militantes do MNU buscam a convivência amistosa com estes produtores culturais, e ao mesmo tempo, de modo paraentemente paradoxal, defendem a idéia de que as lutas políticas devem ser fundadas em longos argumentos reivindicatórios, que seriam a forma mais elevada e eficiente de atuação.

O fato é que, para eles, a produção cultural do Ilê Aivê e o potencial agregador dos seus espaços festivos, seriam instrumentos para o alcance do objetivo traçado pelo grupo político, possuindo assim, uma importância estratégica.

Foi interessante observar que quando a beleza negra encontrou espaço na televisão baiana, se projetou desvinculada de qualquer discurso político mais declarado. Aí, o interesse em construir e difundir uma estética negra ou afro correspondia a uma estratégia de regionalização da programação da retransmissora TV local, com bases em expectativas de audiência e lucro advindas da publicidade. Se houve interesse político ele se tornou completamente velado. Isto explicaria a existência de um padrão de beleza negra mais próximo do comercial vigente, predominantemente branco.

No Concurso Beleza Black da TV Itapoan a candidata seria avaliada de acordo com a sua performance e competência enquanto manequim profissional.

É fato que, mesmo independente de compromissos e além da relação custo-benefício na produção do Concurso: ao utilizar agentes da negritude e da produção artística local, a TV Itapoan contribuiu para legitimação, diante de um público mais extenso, de personalidades, manifestações e discursos da negritude baiana.

Em um triplo feixe de influência os usos das imagens de Beleza Negra estabelecem uma cadeia produtiva de consumo onde se harmonizam tendências diversas: o bloco Ilê Aivê funda seus usos em oposição aos padrões vigentes de beleza; a TV usa elementos da criação desta Beleza Negra aproximando-a dos padrões hegemônicos e, por sua vez, divulga e legitima de modo positivo os discursos e agentes da negritude; o MNU critica a vulgarização, o consumo e a instrumentalização desta Beleza, mas por outro lado, utiliza seu potencial político mobilizador.

No Ilê o modelo mítico é a Deusa do Ébano, uma rainha negra altiva, detentora da tradição afro no corpo e na alma. Para os produtores do programa televisivo, o indivíduo desejável é o profissional de Beleza competente diante do mercado de publicidade e da moda. Para o MNU o que

interessa é a existência do cidadão afrodescendente conscientizado da sua negritude e atuante politicamente.

Consideramos que em torno deste fenômeno existem os mais variados tipos de ajustes e “negociações” entre vários tipos de “negro” e de “branco” das mais variadas matizes cromáticas de pele: os políticos, os empresários, os viajantes, os artistas, os intelectuais nativos e forasteiros. Da relação e dos vínculos criados entre alguns destes tipos e subtipos de atores sociais é que se delineiam as várias formas de interesses e usos da imagem de Beleza Negra consolidando o seu potencial agregador e capitalizador.

A forma de **ser** (que é também uma forma de **parecer**), reproduzida no estilo resultante da construção da Beleza Negra cumpre uma função socializadora, tanto pela identificação individual com os usos, quanto pelo reconhecimento, nos outros e pelos outros, destes mesmos usos.

Acrescentamos também, que a percepção ou a compreensão desta Beleza demanda a existência de uma experiência e de uma expressão intra-grupal, visto que as características e as concepções de Beleza Negra mudam de acordo com o ambiente e os grupos aqui analisados. Insistimos, portanto, sobre a íntima relação que podemos detectar, neste caso, entre o estético e étnico (aparência, gesto, ornamentos corporais, etc.), o ético (no sentido mais amplo do termo), o político e o ideológico - para usarmos nossas categorias habituais, nem sempre muito precisas.

O fato é que o corpo tem o potencial de encarnar ideais ideologias e ideais. Merleau-Ponty (1971, p.173) afirma que “O papel do corpo é assegurar esta metamorfose. Ele transforma as idéias em coisas.[...] Se o corpo pode simbolizar a existência, é porque ele a realiza e é sua atualidade”. Deste ponto de vista o corpo abriga as formas idealizadas, tornando-se a consciência **visível**, do ideal de negritude.

É deste modo que em suas diversas manifestações no biotipo, na ritualização, nas oscilações modernas da moda, a Beleza Negra constitui um estilo agregador de grupos. Todos estes elementos são expressões da potência social que permite a integração pelos ideais cosméticos que geram e são geradores de identificação e diferenciação.

Conforme observamos recortes socioculturais circunscritos aqui, cada tipo possui os elementos característicos que compõem seu estilo próprio. Apesar disto, poderíamos dizer que a Beleza Negra do Ilê, a da TV e a do MNU se confundem largamente em um único e amplo estilo que denuncia o seu caráter de fenômeno multifacetado apresentando, a depender do ponto de vista, aspectos inegavelmente ambivalentes e, porque não arriscar, contraditórios.

## REFERÊNCIAS

COUCEIRO, Solange. **O negro na televisão de São Paulo**. São Paulo: FFLCH/USP.1983.

MOURA, Clóvis. **Sociologia do negro brasileiro**. São Paulo: Ática.1988

WEBER, Max.**Ensaio sobre a teoria das ciências sociais**. São Paulo: Moraes Ltda.1991

MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção**. São Paulo: Freitas Bastos. 1971.