



Onde há representação queres reconhecimento: as novas tecnologias e formas de construção da subjetividade na mídia e publicidade brasileiras

KARLA GOBO

Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM)
Doutora em Sociologia pela UNICAMP

Resumo

É cada vez mais frequente nas redes sociais, nos programas televisivos e nos jornais impressos ou online críticas aos conteúdos culturais ou publicitários com o argumento de que “representatividade importa”. A discussão, no entanto, não se limita à presença e participação das minorias nos espaços, mas como elas são representadas e seus impactos gerados são elementos a ser considerados. O que é reivindicado por indivíduos organizados ou não em movimentos sociais não é apenas representatividade, mas o reconhecimento. Tendo isso em vista, pretende-se aqui realizar um ensaio reflexivo a partir da Teoria do Reconhecimento, como desenvolvida pelo autor alemão da Escola de Frankfurt, Axel Honneth, suas limitações para o caso brasileiro e os impactos do desenvolvimento tecnológico sobre as relações e formas de construção da subjetividade que não estão somente corporificadas no espaço de tempo presente. Para compreender essa questão, serão discutidos primeiramente os alicerces teóricos em que se firma a Teoria do Reconhecimento em Axel Honneth. Num segundo momento pretende-se debater a própria teoria e, por último, fazer um exercício empírico sobre a questão racial, a mídia, a publicidade e o reconhecimento no Brasil da última década.

Palavras-chave

Representação; Reconhecimento; Escola de Frankfurt; Raça; Televisão.

Abstract

The argument that “representativeness matters” is commonplace on social media, television and press criticisms of cultural or advertising content. The discussion, however, is not limited to the presence and participation of minorities in the public space, but how they are represented and the social impacts generated are elements to be considered. What is claimed is not just representativeness, but recognition. With this in mind, we intend to conduct a reflective essay based on the Theory of Recognition, as developed by the German author of the Frankfurt School, Axel Honneth, its limitations for the understanding of the Brazilian case and the impacts of new technologies on the relationships and forms of subjectivity construction that are embodied not only in the present time. In order to understand this issue, the theoretical foundations on which the Theory of Recognition in Axel Honneth will be first discussed. In a second moment, the aim is to debate the theory itself and, finally, to make an empirical exercise on the racial issue, the media, advertising and recognition in Brazil in the last decade.

Keywords

Representation; Recognition; Frankfurt School; Race; Television

Introdução:

A discussão sobre identidade, representatividade e reconhecimento entrou fortemente em cena nas Ciências Sociais a partir dos anos de 1980, complementando ou mesmo se sobrepondo às clássicas análises centradas nas classes sociais. Entretanto, somente nestas duas últimas décadas, com destaque para esta última, vimos o aumento de ações de indivíduos ou de grupos organizados reivindicando ou repudiando propagandas e produções culturais que desrespeitavam sobretudo as minorias mais expostas à violência e ao preconceito¹. São inúmeros os exemplos que apontam para a “popularização” dessas discussões na esfera da propaganda e da produção cultural: o recente especial de final de ano com uma família negra na TV Globo, em 2019; o repúdio à campanha das paraolimpíadas com atores globais sem nenhuma deficiência física, em 2017; espaço nas novelas para atrizes transexuais; repúdio às propagandas sexistas e misóginas, cujo maior exemplo foi a da marca de cervejas Skol com a campanha “esqueci o não em casa” de 2015. Além de retirar a propaganda das ruas, a marca optou por se reposicionar em 2017, quando contratou artistas mulheres para refazerem seus cartazes de alto apelo e subjugação feminina por outros que dialogassem com este novo momento e em 2018 lançou latas de diversas cores de pele para discutir a questão racial. Um ponto importante aqui é que nenhum desses fenômenos podem ser vistos de forma isolada sem compreender suas formas de informação e difusão. Dito de outra forma, as variáveis acesso à internet e peso das redes sociais precisam ser consideradas para que possamos entender essas mudanças.

Nesse sentido, o que se vê corriqueiramente nos discursos e nas críticas de indivíduos organizados ou não em partidos ou movimentos sociais é que “representatividade importa”. Entretanto, a discussão não é apenas sobre a presença e participação das minorias nos espaços em que elas estavam excluídas, mas como elas são representadas e quais são os impactos sociais gerados. Ao analisar mais detalhadamente essas reivindicações concluímos que o que se pede não é apenas representatividade, mas reconhecimento. Tendo isso em vista, pretende-se aqui realizar um ensaio reflexivo a

¹ Não pretendo discutir neste momento algumas reações que podem ser consideradas extremas neste novo cenário, como o caso de Luis Lobianco, criticado pela comunidade trans de Belo Horizonte por representar uma transexual em 2018. Ou Fabiana Cozza, que não tinha a pele “suficientemente negra” para viver nos palcos a sambista dona Ivone Lara, também no fatídico 2018.

partir da Teoria do Reconhecimento, como desenvolvida pelo autor alemão da Escola de Frankfurt, Axel Honneth, suas limitações para o caso brasileiro e os impactos das tecnologias sobre as relações e formas de construção da subjetividade que não estão somente corporificadas no espaço de tempo presente. Dito de outra forma, o objetivo do presente texto é colaborar para reorganização das bases discursivas presentes nos debates sobre mídia e publicidade, a partir da discussão teórica que se apresenta em Honneth, ou seja, apontar como apenas a questão da representação não dá conta desse debate que se vem sendo travando nas mais diversas esferas, especialmente na publicidade e na produção cultural. E, para compreender a questão proposta, serão discutidos primeiramente os alicerces teóricos em que se firma a Teoria do Reconhecimento em Axel Honneth. Num segundo momento pretende-se debater a própria teoria e, por último, fazer um exercício empírico sobre a questão racial, a mídia, a publicidade e o reconhecimento no Brasil da última década.

1. Iluminismo, Modernidade e Teoria Crítica

A modernidade, cujo marcador histórico central é o iluminismo², tornou a ciência a forma hegemônica, e praticamente única, para a busca e a produção da verdade. A observação, a análise, a comprovação, o método, enfim a empiria passou a ser o requisito central para separar o verdadeiro do falso; a crença da realidade; o fato da opinião. É possível dizer que a modernidade é marcada pela tentativa de construção de um conhecimento empírico voltado para obtenção da verdade, verdade esta que se traduz numa relação entre operações mentais e as coisas como elas se apresentam em si mesmas³. O objetivo portanto é a produção de um conhecimento certo e seguro acerca de um objeto, mesmo que este verdadeiro seja apenas transitório. A transitoriedade é justamente outro princípio que difere a crença da verdade científica. Enquanto a crença não permite dúvidas, na ciência ela é constitutiva. O sistema cartesiano da ‘dúvida metódica’ se coloca

² De acordo com CASSIRER (1997), a conjuntura na qual se dá o desenvolvimento da modernidade está relacionada ao período Iluminista que “aprende a renunciar ao ‘absoluto’ no sentido estritamente metafísico, ao ideal de um conhecimento ‘à imagem do conhecimento divino’, para substituí-lo por um ideal puramente humano, que ela procura constantemente definir com maior exatidão e preencher com mais perfeição” (CASSIRER. 1997, p. 459).

³ De acordo com JARVIER e AGASSI (2011) a ciência é “É uma aventura intelectual que levanta algumas ideias férteis, surpreendentes” (p. 32)

como um dos princípios fundantes do conhecimento. Em resumo, se a dúvida não é compatível com a religiosidade, na ciência ela é essencial para sua evolução na procura pela verdade. Nesta perspectiva, a sociologia, tal como foi pensada por seu fundador, Émile Durkheim, apresenta-se como um projeto moderno de análise científica das sociedades “civilizadas”⁴ ou complexas: “...os fenômenos sociais são coisas e devem ser tratados como coisas [...] É coisa, com efeito, tudo o que é dado, tudo o que se oferece ou, melhor, se impõe à observação” (Durkheim 1995, p. 28). Entretanto, embora a ideia de verdade seja aquilo que foi comprovado empiricamente, para HELLER (2011), a sociologia especificamente é uma espécie de ‘diagnóstico da modernidade’, mas ao contrário de outras ciências, ela teria deixado a ideia de cientificidade sobrepujar a busca da verdade. Dessa forma, o projeto da sociologia de compreensão da sociedade moderna teria relegado a verdade à cientificidade, à comprovação, aos métodos. No caso específico da sociologia teórica, a autora aponta que o caso é ainda mais grave, pois ao trabalhar com conceitos gerais, os sujeitos e suas subjetividades desapareceriam atrás de categorias generalizantes.

O problema de fundo para os críticos é de que, junto à busca pela verdade, também teria sido deixado de lado o princípio fundador de tudo isso, que seria a emancipação humana, cerne do pensamento Iluminista. Entretanto, com os acontecimentos e reflexões da primeira metade dos anos XX este tema volta para o centro do debate junto com a Teoria Crítica e a primeira geração da Escola de Frankfurt. Para eles, a ciência, como projeto moderno, é realizada por homens, que por sua vez adquirem uma importância jamais vista, os intelectuais, de acordo com Horkheimer (2008):

...deixavam de preocupar-se exclusivamente com a salvação eterna de sua alma ou, pelo menos, de converter esta preocupação em norma para todos os esforços teóricos. Entretanto, esta atitude assumiu um sentido diferente; em vez de ser uma marca da coragem e teimosia necessárias, abster-se das energias intelectuais nas questões culturais e sociais em geral, colocar entre parênteses os interesses históricos e as lutas atuais, constitui mais um sinal do medo e da incapacidade de uma atuação racional do que da dedicação às verdadeiras tarefas da ciência. (p. 143)

⁴ De acordo com Heller (1991), enquanto a Antropologia se ocupava dos exóticos, dos diferentes, a Sociologia e a Ciência Política se ocupavam de explicar as civilizações europeias capitalistas, ou seja, as sociedades que já tinham alcançado a modernidade e a ‘civilização’.

De acordo com os críticos, a construção teórica da ciência hegemônica pede a conexão das partes e a ausência de contradições, tudo precisa ser esclarecido, objetivado, racionalizado: “Opera-se com proposições condicionais, aplicadas a uma situação dada. Pressupondo-se as circunstâncias a, b, c, d, deve-se esperar a ocorrências, e assim por diante. Esse calcular pertence ao arcabouço lógico da história, assim como ao da ciência natural. É o modo de existência da teoria em sentido tradicional” (HORKHEIMER. 1983. p. 121). Para Horkheimer, a teoria foi tornada independente, coisificada e por isso ela acaba assumindo um caráter ideológico, ou seja, a suposta ‘neutralidade da teoria’ já traria em si um caráter ideológico⁵ que beneficiaria determinadas frações de classe em detrimento de outras. Essa crítica do abandono do caráter normativo da ciência ampara a produção da Teoria Crítica, que procura trazer novos elementos para pensar a sociedade e a própria ciências sociais, principalmente a relação entre ciência, emancipação e produção de verdade.

Nessa dimensão de crítica à ciência hegemônica de matriz positivista que se enquadra as reflexões de Axel Honneth e no seu conceito de reconhecimento, que em linhas gerais, pode ser resumido como a obtenção de visibilidade e respeito nas relações interpessoais.

Para Honneth, há duas formas de invisibilidade: no sentido literal e no sentido figurado. No sentido literal ela significa um distúrbio visual, já invisibilidade figurada não é derivada de uma incapacidade física ou cognitiva, mas de uma condição social particular e é este tipo de invisibilidade que interessa ao autor⁶. Dito de outra forma, embora não seja uma invisibilidade literal, pois o indivíduo está num determinado espaço, está no campo visual daquele que ‘não o vê’, essa invisibilidade tem algo de real, porque aqueles que a sofrem sentem-se efetivamente não percebidos (Honneth, 2008).

Como autor que se insere na tradição crítica à ciência, ele busca restabelecer seu caráter normativo. Para ele é preciso passar do conceito negativo de invisibilidade para o

⁵ É clara a aproximação do conceito de ideologia da Escola de Frankfurt daqueles colocados por Marx e Engels, de que a ideologia nada mais seria do que uma inversão da realidade, que há um caráter de classe implícito na produção de ideias, ou seja, elas não se dão de forma aleatória ou descolada das bases materiais de produção. Dessa forma as ideias seriam as ideias das classes dominantes.

⁶ O estudo do psicólogo social Fernando Braga da Costa nos ajuda a compreender o sentido de invisibilidade figurada do qual fala Honneth. Costa fez um experimento para concluir sua dissertação de mestrado na Universidade de São Paulo. Durante oito anos trabalhou como gari na universidade: “Professores que me abraçavam nos corredores da USP passavam por mim, não me reconheciam por causa do uniforme. Às vezes, esbarravam no meu ombro e, sem ao menos pedir desculpas, seguiam me ignorando, como se tivessem encostado em um poste, ou em um orelhão”, disse numa entrevista (COSTA. 2002).

conceito positivo de visibilidade e essa passagem não está isenta de pressão e conflito. Em outras palavras, o autor deixa claro o caráter normativo de sua teoria. No entanto, ele não nos mostra a sua aplicação empírica, como já foi ressaltado por Sobottka (2013) e é isso que pretendemos desenvolver aqui.

2. Sobre o Reconhecimento

A história cultural apresenta vários exemplos de situações em que os dominantes exprimem sua superioridade social sem se dar conta que eles dominam. Honneth cita o despir da monarquia diante de seus empregados, que implica num certo sentido na invisibilidade de um grupo, é como se aqueles que nos servem não existissem enquanto pessoas, como se não fossem pessoas dotadas de subjetividade.⁷

As discussões relacionadas às questões identitárias têm ocupado um espaço relevante nas últimas décadas (Kritsch e Ventura 2017). Esse debate tomou contornos hegemônicos, relegando muitas vezes para um segundo plano as questões relativas às classes sociais, que ocupou o lugar central na produção sociológica até os anos 1980. Por se tratar de um exercício empírico a partir de uma discussão teórica, este texto se preocupa mais neste momento em refletir sobre os pares representação e reconhecimento. Aspectos centrais a essas questões que tomam a identidade como uma variável relevante para qualquer debate social. Dito de outra forma, não pretendo dar conta aqui dos deslocamentos da agenda de pesquisa da classe para as identidades e os ganhos e perdas desse processo. A proposta é discutir dois conceitos com vistas a aprofundar as discussões públicas acerca dessa temática.

Para Honneth, o reconhecimento, incorporado à gramática moral dos conflitos sociais, é parte constitutiva da autonomia do indivíduo. Segundo ele, esse processo ocorre em três dimensões distintas e interligadas: a primeira, na família, a esfera afetiva que ajuda na construção da autoconfiança; a segunda, tomando como ponto de partida o

⁷ É importante salientar que esta perspectiva de Honneth difere da de **Taylor (1997)** que sugere que há mudanças significativas na noção de “pessoa” no Ocidente nos últimos séculos, assim essa comparação não seria possível, já que para Taylor essa noção estaria marcada por categorias externas ao ser como “status” e “honra”, que marcavam as diferenças sociais específicas. Essa noção, portanto, subjetiva teria sido incorporada posteriormente.

conceito de cidadania de T.H. Marshall⁸ que culminaria no autorrespeito, de quem é reconhecido por compreender seus direitos e deveres, é a esfera jurídica-moral do reconhecimento; e, por fim, a terceira que seria a contribuição que cada um dá à coletividade e é reconhecida como importante, que levaria à autoestima. Nessas duas últimas, a luta por reconhecimento pode receber contornos de conflito social, já que aí estão localizadas as tensões morais acerca da falta de acesso, privação de direitos ou degradação das formas de vida (Nobre, 2003).

Considerando portanto esses três aspectos da interação subjetiva na busca pela emancipação do sujeito, pode-se dizer que no caso brasileiro essas dimensões precisam ser compreendidas à luz das nossas desigualdades e da presença das novas tecnologias como uma variável importante na busca e construção desse reconhecimento.

Ao tratar, por exemplo, a dimensão do autorrespeito, que se construiria a partir das dimensões dos direitos de cidadania. Esse acesso é heterogêneo e marcado por conflitos. A parcela negra, que compõem aproximadamente 55% da população brasileira, está excluída de boa parte desses direitos. De forma direta podemos dizer que este grupo tem os seus direitos civis negligenciados na medida em que sofre a ação violenta do Estado que limita seu acesso de ir e vir. As revistas do exército na entrada e saída de suas comunidades, como se deu durante a intervenção no Rio de Janeiro em 2018, por exemplo. Seus direitos políticos também são limitados. Apesar de ter o direito de se candidatar garantido, a participação nos partidos, cargos de direção ou os recursos disponíveis para a candidatura de pessoas negras não são tão acessíveis quanto ao grupo branco. Nas eleições de 2018, embora tenha crescido o número de candidatos não brancos, eles somavam 46% do total, os pretos pouco mais de 10%⁹ (BBC BRASIL). Se

⁸ Marshall trabalha com o modelo de tipo ideal weberiano, dividindo, assim o conceito de cidadania em três etapas: direitos civis, políticos e sociais: “O elemento civil é composto dos direitos necessários à liberdade individual – liberdade de ir e vir, liberdade de imprensa, pensamento e fé, o direito à propriedade e de concluir contratos válidos e o direito à justiça. Este último difere dos outros porque é o direito de defender e afirmar todos os direitos em termos de igualdade com os outros e pelo devido encaminhamento processual. Isto nos mostra que as instituições mais intimamente associadas com os direitos civis são os tribunais de justiça. Por elemento político se deve entender o direito de participar no exercício do poder político, como um membro de um organismo investido da autoridade política ou como um eleitor de tal organismo. As instituições correspondentes são o parlamento e conselhos do Governo local. O elemento social se refere a tudo o que vai desde o direito a um mínimo de bem estar econômico e segurança ao direito de participar, por completo, na herança social e levar a vida de um ser civilizado de acordo com os padrões que prevalecem na sociedade. As instituições mais intimamente ligadas com ele são o sistema educacional e os serviços sociais” (MARSHALL, 1967. p.63-4).

⁹ O Partido Novo, com apenas 1,2% de pretos concorrendo, **cobrava** uma taxa de R\$ 600,00 para concorrer à uma vaga no partido para a disputa eleitoral. (BBC Brasil)

o acesso à participação é difícil, quando se olha o percentual de vencedores se tem a dimensão das nossas desigualdades baseadas na cor da pele. Dentre os cargos para deputados estadual, distrital, federal e senadores, apenas 4% dos eleitos se autodeclararam negros. Esses números mostram que, no que se refere à dimensão política da cidadania, há diferenças substantivas entre brancos e negros. E, por último, a cidadania social, as mulheres negras recebem menos anestesia no parto, e no geral há um gradiente de cuidados, que vai do menos satisfatório para o mais satisfatório entre pretas, pardas e brancas nos serviços de pré-natal e parto, por exemplo (Leal et al. 2017). Portanto, ao tratar da questão do reconhecimento tendo como base a teoria desenvolvida por Honneth, é preciso atentar para essas diferenças fundamentais.

Com as sociedades ainda mais complexas, as desigualdades e a invisibilidade se prolongam para outros aspectos da vida, como os meios de comunicação. Pode-se dizer que a história do negro na televisão brasileira é marcada pela dupla subalternidade e invisibilidade. Independente do produto exibido – publicidade, novela, telejornalismo – os negros ou não estiveram presentes, ou estiveram de forma caricata como o preto bobo, ingênuo que nos faz rir; a “mulata” sensual cujos principais atributos são as curvas do corpo e a habilidade na dança e portanto no sexo, como se houvesse aí uma relação de causalidade; a resistência física dos homens negros nos esportes e no sexo, repetindo o mesmo princípio do anterior; o escravo vingativo ou a empregada doméstica dócil e amiga de uma patroa que a trata como “se fosse da família”.

As primeiras produções de novelas com protagonistas negras datam apenas deste século: *Da cor do pecado* (2004), *Antônia* (2006), *Viver a vida* (2009), *Suburbia* (2012), *Sexo e as negas* (2014) e *Mister Brau* (2015). Na publicidade a invisibilidade se repete. De acordo com Martins (2010), em 1995 apenas 7% dos anúncios veiculados tinham a presença de modelos negros, número que subiu para 10% em 2000 e para 13% em 2005. Na pesquisa realizada pela agência Heads, analisando os protagonistas dos comerciais de TV, os dados são ainda piores. O estudo feito a cada seis meses nos últimos três anos constatou que a visibilidade do negro ainda é muito ruim, em 2018 ela alcançou 11% para homens negros e 16% para mulheres negras, isso após uma melhora expressiva, tendo em

vista que este percentual era de 1 e 4% há apenas 3 anos ¹⁰. Esses resultados não estão descolados da pressão dos movimentos negros organizados ou da pressão difusa por meio das redes sociais de jovens das periferias que entendem a representação como um passo inicial para o reconhecimento para a compreensão de sua subjetividade, tanto para os grupos dominantes, como para os seus. A adoção das cotas nas universidades é outra variável que corrobora positivamente para este cenário.

Para Honneth, a interação com o grupo é fundamental para a estabilidade e emancipação das pessoas, já que é no decorrer de seu desenvolvimento que ele vai tomando contato com essas formas de reconhecimento, mas como alcançar a autoestima se as dimensões que levam ao autorrespeito estão completamente negligenciadas? Entretanto, é preciso considerar que apesar de estarem excluídos de vários aspectos, sobretudo da dimensão pública do reconhecimento, há outro aspecto não trabalhado pelo autor que é o impacto das tecnologias e de como elas diminuíram de forma significativa a dimensão tempo-espço (Hall.1999, Harvey.2010), possibilitando a participação e o acesso a conteúdos que eram praticamente exclusivos às parcelas com maiores recursos econômicos e escolaridade. Como já foi evidenciado acima, a nossa desigualdade social é tamanha que não se está supondo aqui que haveria igualdade no acesso aos meios de comunicação. De acordo com a pesquisa sobre acesso à televisão, internet e telefone móvel, realizada pelo IBGE em 2014, a população com mais de 10 anos que havia acessado a internet nos últimos três meses antes da realização da pesquisa foi composta de 61,5% para brancos, enquanto, entre os negros e negras, este percentual foi de apenas 39,5% (IBGE. 2014). Entretanto, mesmo levando em conta essas diferenças é preciso considerar a importância e os impactos dessa variável para na busca pelo reconhecimento.

Honneth considera que para construir e manter autorrelações positivas, os indivíduos devem ter experiências protetoras possibilitadas por meio de amizades e relações afetivas. E aqui mais uma vez a eliminação das imposições postas pelas dimensões espaço-temporais precisam ser consideradas. Se antes os laços afetivos passavam necessariamente pelas relações corporificadas e presentes, atualmente ela ganha novos contornos, trazendo maior flexibilidade nas relações que impactam sobremaneira na construção do eu.

¹⁰ Foram analisados 1.822 comerciais de TV. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/pesquisa-mostra-aumento-da-presenca-de-mulheres-e-negros-em-campanhas-publicitarias.ghtml>

Por fim, é preciso fazer uma observação, ponderada pelo próprio autor, que é o conflito envolvido no reconhecimento. Para Honneth o reconhecimento não se dá por meio de uma relação isenta de resistência, conflito e luta. Neste sentido, mais uma vez a internet e as redes sociais são meios fundamentais para informação, verbalização e disputas na busca pela autonomia, mas também é palco para aqueles que resistem ou questionam essas mudanças. O campo da produção cultural e publicitária é aquele em que se sente a maior tensão entre esses grupos divergentes. Já no primeiro ano do governo Bolsonaro (2019) vemos uma série de ações ou tentativas de eliminar as vozes dissonantes que pedem por maior visibilidade e respeito¹¹. Entretanto, é preciso lembrar que essa tensão não nasce em 2019. A novela “Viver a Vida” (2009), primeira com uma protagonista negra no horário nobre, foi a produção de menor audiência do autor Manoel Carlos até aquele momento. No andamento da trama, a protagonista Taís Araújo fica em segundo plano, enquanto sua antagonista, vivida por Aline Moraes, ganha os holofotes. Em entrevista a atriz Taís Araújo relata que achou que sua carreira acabaria com aquela novela¹². Os ataques no Facebook em 2015 à jornalista Maria Julia Coutinho (Maju), primeira mulher negra a apresentar o jornal de maior audiência do país; ou ao comercial da Boticário com uma família negra no dia dos pais¹³ no ano de 2018 são exemplos dessa tensão. E, em todos esses casos, as redes sociais são o principal meio de vocalização das insatisfações, seja dos grupos oprimidos ou dos opressores.

3. O negro na produção cultural

Como já se pode notar até aqui a invisibilidade social do negro não se restringe aos séculos de escravidão. Durante esses 130 anos de liberdade o não-reconhecimento de sua existência social ou melhor sua invisibilidade continuou fortemente presente. A promoção da ideia de uma suposta democracia racial, passou pela tentativa de esconder

¹¹ Dentre eles estão a censura ao comercial do Banco do Brasil que trazia pessoas negras, transexuais, gays com um hit Teile e Zaga da banda baiana La Furia. Assim como o veto a editais de produções audiovisuais que contemplassem esses grupos.

¹² Disponível em: <http://www.purepeople.com.br/noticia/tais-araujo-lembra-sua-helena-de-manoel-carlos-achei-que-carreira-ia-acabar-a15530/1>

¹³ Na plataforma de vídeos, a publicidade acumulava mais de 6 milhões de visualizações em apenas 3 dias e supera os 16 mil dislikes. Disponível em: <https://revistamarieclaire.globo.com/Beleza/noticia/2018/07/publicidade-com-atores-negros-recebe-ataques-racistas.html>

ou desconsiderar as demandas população negra. A ideia central desenvolvida e promovida era de que todos eram iguais, que o Brasil, ao contrário dos EUA ou da África do Sul tratava e dava oportunidades a todos e todas. Dessa forma não haveria nada fora das motivações e gostos individuais que pudesse explicar a quantidade e a qualidade da representação dos negros na televisão.

De acordo com os dados da última PNAD, em 2016 apenas 2,8% dos municípios não tinham aparelhos de TV em suas residências. Sendo que 102.633 milhões de televisões estariam em 67,373 milhões de domicílios, ou seja vários desses domicílios possuíam mais de uma televisão no Brasil. E embora o acesso à internet venha aumentando, como já se mostrou na primeira seção, o meio de comunicação com maior acesso e capilaridade nas cidades do interior continua sendo a televisão. Mas aqui é preciso fazer uma ressalva que nos ajuda a entender algumas mudanças feitas nos canais de TV aberta nos últimos anos. Embora a TV ainda ocupe um lugar central, o acesso à internet deu a muitos uma capacidade, inexistente até então, de se transformar num telespectador mais ativo e participativo. De conseguir mais facilmente dialogar e mostrar sua insatisfação com as produções ou peças publicitárias. E, se antes a TV produzia para um público com menor capacidade de expressar suas insatisfações com a qualidade dos produtos oferecidos, nos dias atuais ela precisa levar essas vozes em consideração para conseguir manter a sua audiência. Ainda mais que a expectativa é de que cada vez mais gente comece a acessar a rede mundial de computadores e, se não estiverem satisfeitas com aquele conteúdo, elas buscarão outras formas de diversão, interação e consumo. Em resumo, uma parcela significativa da TV aberta, no Brasil representada pela gigante TV Globo, vem buscando atender aos anseios desses grupos que buscam representação e também reconhecimento. Curiosamente, do outro lado também temos um canal de ascensão, a TV Record, que caminha no sentido oposto com o mesmo objetivo, de fidelizar uma parcela dos telespectadores que se colocam contrários às mudanças. É fundamental aqui fazer uma ressalva sobre este último ponto, ao contrário do que se pode pensar a TV Record não está necessariamente buscando aqueles que não acessam a internet, mas sim o outro polo da disputa discursiva que observamos no presente e que são potencializadas nas redes sociais. Em resumo, a disputa entre a TV Globo e a TV Record não é apenas pela audiência, mas é também uma relação de tensão entre reconhecimento e invisibilidade.

Em resumo, se a TV aberta continua sendo o principal meio de comunicação, é também verdade que a internet e as redes sociais vêm pressionando esses empresários e publicitários para se posicionarem, seja para produções que consideram as questões identitárias ou que sejam lhes sejam completamente refratários, no polo oposto do conflito. Considerando apenas o primeiro aspecto e a importância da TV, o acesso e a participação em produtos culturais vem sendo uma das formas de se tornar visível, de mostrar a complexidade das diferenças presentes na sociedade brasileira. De acordo com Sobottka (2013) “Quanto mais pluralista a sociedade, no entanto, tanto mais diversificados podem ser nela os valores assumidos por seus membros, individualmente, como importantes para orientar seus projetos de vida” (p. 162).

A liberdade e a emancipação para Honneth está na possibilidade do indivíduo levar a cabo o seu projeto de vida. Neste sentido o aumento do acesso de negros na televisão não corresponde apenas à concretização de um projeto de vida, mas também a possibilidade de, por meio dela, fortalecer as dimensões do autorrespeito e da autoestima dos consumidores desses produtos. Em outras palavras, nos últimos anos, essas tecnologias possibilitaram àqueles que se viam privados de existência na vida pública, na TV, nas propagandas, a obtê-la por meio desses outros meios. Por sua vez isso fez com que produtores e publicitários corresse atrás desse espectador e consumidor que se tornara mais exigente. Muitos produtores de conteúdos e outros tantos pequenos empresários buscam atender a essas demandas por visibilidade e respeito. Então, pode-se dizer que, no mínimo esses meios vêm auxiliando na desnaturalização das desigualdades e na construção de argumentos e conhecimentos que funcionam também como meios de pressão aos meios tradicionais.

O que se vê, portanto, é que a transformação nas formas e condições de consumo de publicidade e produtos culturais vêm provocando mudanças mais amplas. A partir do momento em que os indivíduos, mesmo ainda que de forma restrita a um grupo de aproximadamente 40% começa a produzir conteúdos sobre as suas vivências e subjetividades, as mídias tradicionais se sentem impelidas a pensar em formas de reconhecimento em seus produtos. A recente novela Amor de Mãe é um desses exemplos, a personagem da atriz Taís Araújo é uma profissional bem-sucedida, não há nenhum discurso de superação das dificuldades ou desconforto com a sua classe social. O que se tem é a naturalização da mulher negra em espaços de classe média alta. Outro exemplo

dessas tensões por reconhecimento é a repercussão negativa nas redes sociais da novela “O Segundo Sol”, ambientada na Bahia, que tem uma população de 80% de negros e que teve apenas três escalados para a atração é o resultado dessa nova forma de consumo mais interativa que as redes sociais propiciam¹⁴. Em resumo, há certa pressão nos meios tradicionais para apresentar a diversidade, escolhas e projetos de vida. Não se trata apenas de baixa representatividade, mas também de reconhecimento. Da pressão cada vez maior de indivíduos organizados ou não em partidos ou movimentos sociais por narrativas que exponham de forma positiva homens e mulheres negras, afim auxiliarem no desenvolvimento do autorrespeito e da autoestima, duas dimensões fundamentais da gramática moral de Honneth.

É claro que não se trata apenas do acesso à tecnologia, que é apenas um meio para expor as injustiças a que os negros estiveram submetidos desde a sua migração compulsória. Mas, por meio dessas tecnologias foi possível encontrar interlocução e condições de sociabilidade com indivíduos que também buscam a correção das injustiças que da invisibilidade social. Uma chamada do site vice sobre youtubers negros nos ajuda a entender este processo “Esses canais podem não mudar o mundo, mas estão pautando muita gente que entra no YouTube atrás de respostas para suas dúvidas”¹⁵

A youtuber Nátaly Nery, embaixadora da plataforma Youtube Black Brasil, ligada à plataforma Youtube revela "A população negra, principalmente a brasileira, sonha muito pouco", ou seja, há uma limitação de projetos para a população negra, isso não é um aspecto ou uma dinâmica individual, mas das condições que limitam o desenvolvimento da autoestima. Nessa matéria, do final de 2018, Nátaly fala do aumento de produtores de conteúdos que de uma forma ou de outra dialogam sobre suas subjetividades e sobre as condições a que os negros estão submetidos. A fala de Nátaly juntamente com essa informação sobre o aumento da produção dos conteúdos de negros, sobre a sua vida e subjetividades apontam para a necessidade do reconhecimento recíproco, ou seja, como indivíduos que são, ou devem ser: portadores dos mesmos direitos tanto na dimensão material quanto social.

Neste sentido, pode-se dizer que a produção autônoma nessas plataformas, que por sua vez levou ao reposicionamento das mídias e publicidades tradicionais passou a

¹⁴ <https://vejasp.abril.com.br/blog/pop/segundo-sol-novela-polemica/>

¹⁵ https://www.vice.com/pt_br/article/d3by87/a-ascensao-dos-youtubers-negros-na-producao-de-conteudo-nacional

levar em consideração essas “outras subjetividades e estilos de vida”. Esse processo de reconhecimento, associado à solidariedade, auxilia na incorporação do princípio da diferença igualitária, ou seja, no reconhecimento das diferenças e da busca pela igualdade, aprimorando aí as dimensões do autorrespeito e da autoestima social.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se dizer que, ao longo das décadas, a produção cultural brasileira tinha um lugar específico para a população negra: a da subalternidade. Enquanto as mulheres eram também hiperssexualizadas. Foram décadas de depreciação dos valores sociais dessa parcela majoritária da população negando ou restringindo a construção de sua autoestima e de um estilo de vida positivo. Hoje, a pressão dos consumidores que ameaçam a migrar para outras plataformas faz com que a TV aberta incorpore essas demandas. Maju Coutinho na bancada do Jornal Nacional ou Taís Araújo vivendo uma das poucas mulheres ricas numa novela marcada por discursos sobre a desigualdade brasileira, *Amor de Mãe* (2019), não são meros acasos.

A invisibilidade social está ligada a uma forma de desprezo moral, a ausência de gestos de reconhecimento, é uma demonstração das diferenças entre os valores dos grupos. O reconhecimento contém elementos normativos, que vão além da identificação do indivíduo, trata-se da distribuição de um valor, não sendo apenas a simples expressão do conhecimento. Há uma dimensão oculta no debate “representatividade importa” que é a do reconhecimento. Digo oculta porque muitas vezes ela está ali, mas não no primeiro plano e em alguns momentos mesmo ela chega a ser sufocada pela ideia de representação. Os exemplos citados no início do texto, sobre as críticas ao ator Luís Lobianco e Fabiana Cozza por interpretarem uma mulher trans e uma mulher negra, respectivamente mostram como o debate da representação pode invisibilizar a dimensão do reconhecimento.

O caso que se discutiu aqui sobre os negros também é válido para outras minorias que estiveram invisíveis ou subalternizadas nas produções culturais e publicitárias. A dimensão do reconhecimento como um elemento importante para a construção da autoestima social aparece, mas está oculta na chave discursiva da representatividade. E, neste sentido, embora não tenha sido trabalhada por Honneth essas questões contemporâneas não estão em absoluto descolada dos avanços tecnológicos e das novas

formas de comunicação, que serviram tanto para produzir outros conteúdos, como também como forma de pressão às empresas e aos meios de comunicação tradicionais para que adotassem outras perspectivas nos seus produtos e propagandas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASSIRER, Ernest. “A conquista do mundo histórico” e “Direito, Estado e Sociedade”. In: **A Filosofia do Iluminismo**. São Paulo: UNICAMP, 1997 .

CARVALHO, Felipe. Publicidade com atores negros recebe ataques racistas. **Marie Claire**. Disponível em: <https://revistamarieclaire.globo.com/Beleza/noticia/2018/07/publicidade-com-atores-negros-recebe-ataques-racistas.html>. Acesso em: 15 de janeiro de 2020.

CONTI OUTRA. Fingi ser gari por 8 anos e vivi como um ser invisível. **Conti outra**. Disponível em: <https://www.contioutra.com/fingi-ser-gari-por-8-anos-e-vivi-como-um-ser-invisivel/>. Acesso em: 12 de janeiro de 2020.

COSTA, Bruno. A ascensão dos youtubers negros na produção de conteúdo nacional. **Vice**. Disponível em: https://www.vice.com/pt_br/article/d3by87/a-ascensao-dos-youtubers-negros-na-producao-de-conteudo-nacional. Acesso em: 15 de janeiro de 2020.

DURKHEIM, Émile. **As regras do método sociológico**. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós modernidade**. São Paulo: Lamparina, 1999.

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna**. São Paulo: Loyola, 2010.

HELLER, A. A sociologia como desfetichização da modernidade. São Paulo: **Novos Estudos, CEBRAP**, n. 30, 1991, PP. 204-214.

HONNETH, Axel. **La société du mépris**. Paris : La Decouverte, 2008.

_____. O eu no nós: reconhecimento como força motriz de grupos. Porto Alegre: **Sociologias**, vol.15 no.33 Porto Alegre May/Aug. 2013. p. 1-17. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/csp/v33s1/1678-4464-csp-33-s1-e00078816.pdf>. Acesso em: 10 de janeiro de 2020.

HORKHEIMER, M. “Teoria Tradicional e Teoria Crítica” e “Filosofia e Teoria Crítica”. (in) BENJAMIN, Walter et. al. **Textos Escolhidos**. São Paulo: Abril Cultural, 1983, p. 117-154.

_____. **Teoria Crítica I**. São Paulo: Perspectiva, 2008.

JARVIER, I. e AGASSI, J. Por uma sociologia crítica da ciência. Porto Alegre: **Sociologias** vol.13, no.26, p. 44- 83, 2011.

JORNAL EXTRA. Luis Lobianco se pronuncia após ataques por peça sobre trans em Belo Horizonte: 'Exausto'. **Jornal Extra**. Rio de Janeiro, 11 de janeiro de 2018. Disponível em: <https://extra.globo.com/tv-e-lazer/luis-lobianco-se-pronuncia-apos-ataques-por-peca-sobre-trans-em-belo-horizonte-exausto-22276838.html>. Acesso em: 11 de janeiro de 2020.

KRITSCH, Raquel, e Raissa W. Ventura. 2017. Teoria política contemporânea, pluralidade e pluralismo: um debate. São Paulo: **Lua Nova**, 102: 15–55. <http://dx.doi.org/10.1590/0102-015055/102> (15 de janeiro de 2020).

LEAL, Maria do Carmo et al. A cor da dor: iniquidades raciais na atenção pré-natal e ao parto no Brasil. Rio de Janeiro: **Cad. Saúde Pública**, 2017, 33. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/csp/v33s1/1678-4464-csp-33-s1-e00078816.pdf>. Acesso em: 07 de janeiro de 2020.

MARSHALL, T.H. “Cidadania e Classe social”, **Cidadania, classe social e status**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

MARTINS, Carlos A. M. **Racismo anunciado: o negro e a publicidade no Brasil**. Dissertação de mestrado em Comunicação Social apresentada à Universidade de São Paulo. São Paulo, 2010.

NOBRE, Marcos. Apresentação. In: HONNETH, Axel. Luta por reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais. São Paulo: Ed. 34, 2003.

REDAÇÃO VEJA SP. Teaser de nova novela da Globo é alvo de críticas nas redes sociais. **Veja São Paulo**. Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/blog/pop/segundo-sol-novela-polemica/> Acesso em: 10 de janeiro de 2020.

SANS, Beatriz. A polêmica da atriz que interpreta Carolina Maria de Jesus não é tão simples. **Jornal El País**. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/11/19/politica/1511101895_918314.html

SCHREIBER, Mariana. Eleições 2018: Candidaturas de negros crescem, mas partidos continuam com maioria de brancos. **BBC Brasil**. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45289523>. Acesso em: 12 de janeiro de 2020.

SOBOTTKA, Emir A. Liberdade, reconhecimento e emancipação - raízes da teoria da justiça de Axel Honneth. Porto Alegre: **Sociologias**, vol.15, no.33, May/Aug. 2013, p. 142-168. Disponível em:

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-45222013000200006&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 08/01/2020. Acesso em: 05 de janeiro de 2020.

TAYLOR, Charles. **As fontes do Self**. Edições Loyola: São Paulo, 1997.