
Feira Preta como alternativa contra-hegemônica para a emancipação social da mulher negra: uma análise do discurso de IstoÉ Dinheiro, G1 e CNN Brasil¹

Rita DONATO²

Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP

RESUMO

O artigo discute como a mídia noticia o protagonismo de mulheres negras na Feira Preta - maior evento da América Latina para o comércio de produtos e serviços da cultura afro. Fundamentada nas Sociologias das Ausências e das Emergências e na perspectiva do empoderamento feminino, a análise observa como a mulher negra, que outrora assumiu um papel de não existência, passou a quebrar estruturas hegemônicas e compartilhar experiências plurais no empreendedorismo. Optou-se pela Análise do Discurso em três reportagens veiculadas em 2021, na revista IstoÉ Dinheiro, no portal G1 e na CNN Brasil. Os resultados ilustram as tensões para a ascensão de empreendedoras negras, destacam a Feira Preta como alternativa para a emancipação feminina e a reverberação de saberes emergentes, mas também apontam para a manutenção do discurso ocidental.

PALAVRAS-CHAVE: Mulher negra; Feira Preta; Sociologia das Ausências; Sociologia das Emergências; empoderamento feminino.

Introdução: o pensamento compreensivo e a validação de diferentes saberes

O mundo é plural, culturas e práticas sociais diversas, capazes de gerar diferentes interpretações, conversações e múltiplas formas de conhecimentos. Boaventura Santos e Meneses (2009) argumentam que todos os saberes são válidos e devem considerar os contextos culturais e políticos. Künsch (2016, p. 5) concorda que a articulação de diferentes saberes ajuda a construir teorias dentro de um “modo dialógico-compreensivo” que dá espaço aos “[...] saberes cotidianos, os saberes da experiência, os saberes que nos advêm das incertezas do mundo físico tanto quanto do metafísico, a experiência do erro e do mal, da tristeza tanto quanto da alegria, da saúde tanto quanto da dor”.

Tal proposta dialógica pressupõe o rompimento ao modelo positivista que define o que é o conhecimento a partir da imposição da verdade ocidental e permite a discussão de novas ideias dentro de uma prerrogativa intercultural. Essa diversidade epistemológica do mundo, denominada por Boaventura Santos como Epistemologias do Sul, reflete sobre

¹ Trabalho apresentado no GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda do curso de Comunicação Social da UMESP-SP. E-mail: ridonato@gmail.com.

a imposição do colonialismo e do capitalismo modernos aos povos e culturas não-ocidentais que foram menosprezados pela ciência moderna. Em outros termos, a supressão desses conhecimentos - o “epistemicídio”, nas palavras de Boaventura Santos e Meneses (2009) - homogeneizou os discursos, oprimindo grupos sociais que vivem em países colonizados pelos europeus.

Diante da reflexão, as Epistemologias do Sul questionam o paradigma colonial global e propõem conversas entre os diferentes conhecimentos, ampliando alternativas que reduzem o dualismo e permitem a dualidade. Na ecologia dos saberes, como define Boaventura Santos, a diversidade e o pensamento compreensivo são legitimados para construir conhecimento a partir da validação de experiências não-hegemônicas epistemologicamente renegadas, de nações, classes e grupos sociais dominados.

Künsch (2020, p. 12) lembra que “[...] diante dessa tradição, fica difícil não ouvir sempre de novo a feroz crítica marxista embutida na representação de que as ideias dominantes de uma época são as ideias das classes dominantes”. O autor reforça que o pensamento único, violento, construído “à custa das vítimas incontáveis” e que valoriza um “poder político e retórico”, simplifica e reduz a humanidade. Assim, a compreensão emerge como método para a construção de novas histórias, a partir de várias vozes.

Nesse ponto, destaca-se a população negra, silenciada durante séculos, em especial a mulher negra, que teve de criar alternativas para sobreviver à cultura hegemônica. Na tentativa de compreender como esses povos subjugados trilham caminhos para inverter essa lógica no Brasil a partir do diálogo, este artigo propõe uma discussão sobre o protagonismo feminino na Feira Preta - considerado o maior festival da América Latina em termos de valorização e consumo de produtos da cultura afro.

A intenção é refletir sobre o cotidiano e as práticas sociais de um grupo historicamente subordinado, submetido ao trabalho excessivo e objetificado, mas que, ao driblar estereótipos negativos, começa a ter seus saberes respeitados dentro da cultura. Este diálogo respeita um olhar sobre como os saberes da mulher negra passaram a ser valorizados em uma dinâmica que contrapõe a estrutura ocidental, permitindo que essas personagens compartilhem experiências plurais.

O debate está centrado na teoria de Boaventura Santos sobre a Sociologia das Ausências e a Sociologia das Emergências e reflete como a Feira Preta pode ser uma possibilidade para o empoderamento e a emancipação dessas mulheres, muitas das quais, vítimas de um sistema opressor que tenta controlar seus corpos e comportamentos (COLLINS, 2019). A ideia é observar como a mídia brasileira contribui para a ruptura ou

continuidade de um discurso ideológico de dominação das minorias, considerando a classe, a raça e o gênero.

Sociologias das Ausências e das Emergências como perspectiva teórica

A preocupação em discutir teorias para a emancipação social fora de centros que priorizam a lógica ocidental levou Boaventura Santos a criticar o modelo da racionalidade, a “razão indolente”. O autor sugere a ideia da “razão cosmopolita” e indica um pensamento teórico que prioriza as experiências plurais: a Sociologia das Ausências e a Sociologia das Emergências. “Enquanto a sociologia das ausências expande o domínio das experiências sociais já disponíveis, a sociologia das emergências expande o domínio das experiências sociais possíveis” (SANTOS, 2002, p. 258).

A Sociologia das Ausências destaca a produção de uma não existência de saberes e pressupõe legitimar todos esses conhecimentos, já que “[...] não há ignorância em geral nem saber em geral” (2002, p. 250). Desse modo, as práticas diversas dentro de uma cultura são consideradas coerentes, sem discriminação. Essa é a proposta da ecologia de saberes, que “[...] permite, não só superar a monocultura do saber científico, como a ideia de que os saberes não científicos são alternativos ao científico (SANTOS, 2002, p. 250).

Já a Sociologia das Emergências questiona todas as verdades impostas ao prever a recuperação de saberes até então invisíveis e recomendar um futuro, ao mesmo tempo, utópico e realista, incerto, mas concreto, já que será construído a partir de diferentes visões de mundo. Trata-se de uma ampliação simbólica de todos os conhecimentos, substituindo a ideia da certeza pela possibilidade, esperança, expectativa.

Boaventura Santos propõe a construção de um conhecimento argumentativo, menos parcial e racional, mais razoável e compreensivo, que equalize práticas emergentes. “[...] tem um componente de incerteza que resulta de uma dupla carência: o conhecimento apenas parcial das condições que podem concretizar a possibilidade; o facto de essas condições só existirem parcialmente (SANTOS, 2002, p. 255).

Na perspectiva do teórico, a diversidade de experiências é um caminho alternativo para “futuros possíveis e concretos”. Por isso, o trabalho de tradução intercultural, que é complementar às duas sociologias aqui apresentadas, é fundamental, pois considera saberes hegemônicos e não hegemônicos na construção social. Boaventura Santos (2002, p. 265) argumenta que “A importância deste último trabalho de tradução

reside em que só através da inteligibilidade recíproca e consequente possibilidade de agregação entre saberes não-hegemônicos é possível construir a contra-hegemonia”.

Assumindo esse caminho teórico, a Sociologia das Ausências ampara um debate sobre as práticas sociais de invisibilização de minorias, como as mulheres negras, enquanto a Sociologia das Emergências sugere uma conversão no sistema ocidental e valida alternativas inovadoras de compartilhamento de experiências sociais plurais desse mesmo grupo, a exemplo da Feira Preta.

Empoderamento e emancipação da mulher negra

Com uma percepção crítica das práticas sociais construídas dentro de uma cultura escravista, Berth (2018, p. 42) argumenta que o empoderamento é um processo que questiona essa estrutura, pois “[...] é um instrumento de emancipação política e social”. Nesse ponto, a autora se aproxima da ideia do feminismo negro e destaca a necessidade da organização dos grupos minoritários para a construção de diálogos coletivos que garantam aos oprimidos o acesso aos direitos constitucionais, quebrando a lógica neoliberal reforçada pelas instituições, inclusive pela mídia, para a manutenção do poder de homens brancos e o controle das sociedades.

Ao reforçar o empoderamento enquanto prática social, a autora sustenta o pensamento reflexivo e a produção de ações conjuntas, jamais individualizada, de resistência para contrapor a ordem capitalista, fortalecer a luta antirracista e romper as opressões de raça, gênero e classe. Desse modo, é coerente admitir que para garantir o empoderamento desses grupos, o Brasil, assim como outros países do Sul global, necessita ampliar “[...] estratégias de enfrentamento ao sistema racista e redes de solidariedade”, como propõe Berth (2018, p.73).

As reflexões de Collins (2019) a respeito do empoderamento de mulheres negras também observam como as opressões étnicas, raciais, religiosas, sexuais e de gênero impactam as vivências desses grupos. A autora entende o pensamento feminista negro como um ato de resistência para a emancipação da mulher negra e afirma que a autonomia e o empoderamento estão atrelados ao conhecimento coletivo que se articula a partir das experiências dessas mulheres.

Para a teórica, é essencial criar espaços para produções autorais de negras, cujos trabalhos no campo acadêmico foram negligenciados dentro do sistema dominador que se mantém e reforça a dimensão ideológica da opressão ao redor do mundo. “[...] ativar

epistemologias que põem em questão o conhecimento vigente e nos permitem definir as nossas realidades em nossos próprios termos tem implicações muito maiores” (COLLINS, 2019, p. 434).

Ao argumentar que “A opressão não é simplesmente compreendida no pensamento - ela é sentida no corpo de inúmeras maneiras” (COLLINS, 2019, p. 435), a obra da autora atenta para as imagens de controle sobre corpos e comportamentos das mulheres negras, com justificativas ideológicas que as mantêm em situação desigual em todo o mundo. “Desenvolver um ponto de vista das mulheres negras a fim de mobilizar uma imaginação feminista coletiva negra pode contribuir para o empoderamento do grupo. [...] transformações institucionais são necessárias para que tenhamos justiça social (COLLINS, 2019, p. 455-456).

No Brasil e na América Latina, a promoção da justiça social de negras requer a revisão das discussões sobre o próprio feminismo. Carneiro (2003) lembra que a negra não compreende um discurso simplório de que mulheres devem ser livres para trabalhar, já que sua experiência traduz lutas de um grupo objetificado desde a colonização do país. “Fazemos parte de um contingente de mulheres originárias de uma cultura que não tem Adão. Originárias de uma cultura violada, folclorizada e marginalizada, tratada como coisa primitiva, coisa do diabo, esse também um alienígena para a nossa cultura [...]” (CARNEIRO, 2003, p. 2).

Para inverter essa lógica, Carneiro (2003, p. 3) reforça a importância dos movimentos negros históricos e das reivindicações femininas contra a opressão de gênero e de raça no sentido de imprimir “[...] novos contornos para a ação política feminista e antirracista, enriquecendo tanto a discussão da questão racial, como a questão de gênero na sociedade brasileira”. A autora lembra ainda que negras brasileiras passaram a ser mais representativas no ambiente político, autônomas, organizadas, conscientes e capazes de desenvolver ações articuladas com outros países para a construção de políticas públicas focadas na realidade local, o que inclui liberar a brasileira de todas as formas de opressão, inclusive do racismo, a fim de construir caminhos para a sua emancipação.

Nessa rede colaborativa para valorizar e empoderar a mulher negra, novas iniciativas começam a surgir no país. Além da ampliação de debates teóricos em espaços acadêmicos e nas instituições públicas e privadas, o empreendedorismo negro parece ser uma das frentes efetivas para a emancipação desses grupos. A Feira Preta criada em 2002, na cidade de São Paulo, representa essa prática e reforça a intenção de estimular a produção e o consumo de produtos e serviços com afro.

Com o propósito de criar um ecossistema que valoriza a potência criativa da comunidade negra, a iniciativa estimula a inovação e a representatividade negra. No *site* da Feira Preta³, o *Marketplace* - plataforma de vendas - é divulgado como um espaço que respeita as “existências de forma justa e equilibrada em oportunidades e resultados financeiros”, além de propor a conexão entre pessoas preocupadas com “o engajamento racial e a economia preta”.

Considerando que o Festival Feira Preta se tornou o maior evento de cultura negra da América Latina, este artigo observa como a iniciativa é um caminho para a emancipação de mulheres negras, que passaram a empreender e ocupar espaços de poder no mercado de trabalho dentro de um discurso de aceitação, empoderamento, compreensão e respeito à própria cultura.

Corpus da análise e procedimento metodológico

Optou-se pela Análise do Discurso (AD) em três reportagens publicadas no primeiro semestre de 2021, todas trazem como fonte a idealizadora da Feira Preta, Adriana Barbosa, também CEO da Casa PretaHub⁴:

- a) *10 perguntas para Adriana Barbosa*⁵ - IstoÉ Dinheiro/fevereiro;
- b) *‘As mulheres negras empreendedoras precisam prosperar e crescer ainda mais’, diz criadora da Feira Preta*⁶ - portal G1/março;
- c) *Autônomos: raça e gênero interferem em ganhos e condições de trabalho*⁷ - CNN Brasil/junho.

A partir deste recorte, observa-se as formações discursivas e ideológicas de diferentes vozes: fontes, jornalista e instituição/veículo. Além dos textos verbais, percebe-se os possíveis sentidos das imagens que acompanham as reportagens. Para fins metodológicos, as sequências discursivas são identificadas como SD 1 - SD 28, já as formações discursivas identificadas são nomeadas como:

FD 1 - Empoderamento negro e feminino;

FD 2 - Experiências coletivas na emancipação feminina negra;

³ <https://feirapreta.com>

⁴ Espaço para reflexões e produção serviços e produtos com estética negra. <https://casapretahub.com.br/>

⁵ Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/10-perguntas-para-adriana-barbosa/>.

⁶ Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/pme/noticia/2021/03/11/as-mulheres-negras-empendedoras-precisam-prosperar-e-crescer-ainda-mais-diz-criadora-da-feira-preta.ghtml>

⁷ Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/2021/07/24/raca-e-genero-interferem-em-ganhos-e-condicoes-de-trabalho-de-autonomos>

FD 3 - Tensões para a emancipação de mulheres negras;

FD 4 - Pensamento racional e pouco argumentativo/compreensivo.

Formações discursivas na IstoÉ Dinheiro

Na primeira reportagem é possível notar que a revista IstoÉ Dinheiro dá voz ao saber de uma mulher negra, validando sua importância no ambiente corporativo e na ascensão de um empreendimento organizado e bem-sucedido. Logo no título, *10 perguntas para Adriana Barbosa*, indica-se a autoridade da empresária para representar um grupo subjugado há séculos, o que sugere a primeira formação discursiva, **FD 1 - Empoderamento negro e feminino.**

A SD 1 (Imagem 1) é não-verbal, mas ilustra com clareza a FD 1 e o sentido proposto na reportagem, que opta por uma foto, após o título e a linha fina, destacando a fundadora da iniciativa em um enquadramento central e sem quaisquer objetos ao redor para dispersar a atenção ou remeter o receptor a outras leituras. Adriana Barbosa aparece sozinha, em um fundo neutro, sorrindo, em contra-plongée, uma técnica fotográfica que capta a imagem de baixo para cima e é usada para transmitir a sensação de poder.

Imagem 1 (SD 1) - Fundadora da Feira Preta e CEO do Preta Hub



Fonte: IstoÉ Dinheiro, 2021

Não há alusão aos estereótipos negativos de objetificação e/ou controle de corpos e comportamentos atrelados às mulheres negras desde a colonização do Brasil. Ao contrário, reforça estímulos visuais de força e equidade, priorizando signos que a aproximam da cultura negra, como a própria cor da pele, a textura do cabelo e os acessórios característicos dessa cultura: os brincos, o colar e famosa fitinha do Senhor do Bonfim no braço direito - ilustrando o hibridismo cultural e o sincretismo religioso entre os povos brasileiro e africano (CASCUDO, 2012, p. 446).

Essa primeira FD estimula o diálogo argumentativo/compreensivo ao dar destaque a saberes invisíveis e empoderar a mulher negra. É um exemplo característico das Sociologias da Ausências e das Emergências, que também pode ser observado nas SD 2 - SD 5. Todas elas reforçam a atuação de uma minoria que começa a se empoderar ao compreender que também faz parte da construção de conhecimentos plurais e concretos.

Na linha fina (SD 2), a revista opta por usar aspas da empresária priorizando a mesma FD 1, que é dialógica e possibilita olhar para a Feira Preta como uma iniciativa não hegemônica capaz de se tornar contra-hegemônica. Nas SD 3 e SD 4, essa ideologia parece clara, de forma indireta indica-se que essa transformação depende de uma reorganização social envolvendo todas as instituições. De forma direta, a fonte traz a discussão sobre políticas inclusivas que permitiram a chegada do negro no poder (SD 4).

“A questão racial extrapola a população preta. E a população não negra começa a olhar para isso” (SD 2).

Fundadora da Feira Preta e CEO do Preta Hub diz que **a transformação virá de ações da sociedade civil e da iniciativa privada** (SD 3).

[...] quando faço uma comparação com outros países da América Latina, o Brasil é vanguarda. [...] Se hoje a gente pode falar do negro dentro do contexto corporativo foi porque lá atrás houve um processo de inclusão de negro nas universidades. [...] É uma perspectiva de mudança de cultura. Vamos criar um novo Brasil e esse Brasil precisa conhecer a sua história. E ela está atrelada à questão racial (SD 4).

Trata-se de uma discussão que implicaria na reconstrução da estrutura ocidental, reconhecendo essas ausências que emergiram. E essa ideologia é perceptível na SD 5, quando Adriana Barbosa reproduz a importância de valorizar o conhecimento de seus ancestrais negros escravizados, mas que também ajudaram a formar a cultura do país.

“Quando minha avó vendia quentinhas (marmitas) falava ‘coloque essa faixa perto de obra porque são eles vão me ligar’. Mostrava conhecimento sem ter frequentado qualquer escola. Ao começar o AfroLab, programa de formação de empreendedores, levei uma historiadora. E ela mostrou por que Portugal escolheu os africanos. Não foram só escravizados, eles detinham saberes. O legado que quero deixar para minha filha é esse. Ela saber que vem de um lugar de realeza, de conhecimento, a ancestralidade atrelada às tecnologias pretas” (SD 5).

A FD 1 prevê dualidade e as SD 6 e SD 7 priorizam esse debate mostrando dados sobre o engajamento da população negra na Feira Preta, chamada pela revista de “referencial”. Ao mesclar os dados com a avaliação da fonte (SD 6), ora de forma direta, ora indireta, o jornalista enfatiza a necessidade de se pensar um novo modelo que integra todas as culturas no sentido de fazer o país prosperar economicamente, considerando o

poder de consumo dessa população, que apesar de representar 56,10%⁸ no Brasil, ainda sofre desigualdades dentro de estruturas de poder.

Para dimensionar o papel da Feira Preta na construção de referencial para a população negra brasileira bastam dois dados: **91% dos frequentadores negros já compraram itens segmentados para esse público e 98% valorizam produtos e serviços que incorporem a temática negra** (SD 6).

Poderia ser suficiente para Adriana Barbosa, a fundadora do evento e CEO do PretaHub, **verdadeiro ecossistema do empreendedorismo negro no Brasil**. Mas nada parece bastar para ela. [...] Mas ela enxerga que **o tema ocupou a agenda e não terá volta. Até porque ainda há muito a ser feito** (SD 7).

Ao analisar outras SDs, pode-se propor uma segunda formação discursiva, **FD 2 - Experiências coletivas na emancipação feminina negra**, que relaciona a emancipação de mulheres negras ao senso de coletividade e à luta para equidade de raça e gênero, reforçando experiências atreladas à resistência desse grupo, como Collins (2019) destaca em seu raciocínio feminista. A FD 2 ilustra como ocorre o processo de emancipação de uma minoria, que empreende não apenas por necessidade, mas por oportunidade, vocação e engajamento. É possível observar esses pontos nas SD 8, SD 9 e SD 10.

[...] Adriana junta isso tudo, suas reflexões, a Feira, o empreendedorismo e a história do negro no Brasil em Preta Potência – **Como a resistência e a ancestralidade me ajudaram a criar o maior evento de cultura negra da América Latina**, livro que sai agora pela HarperCollins (SD 8).

Alguém precisa puxar essa história. Num país como o Brasil, com 400 anos de escravidão, **a gente precisa de ações mais extremas. Estamos falando de equidade racial de uma maneira mais profunda somente nos últimos três anos** (SD 9).

A intersecção entre raça e gênero mostra que as mulheres negras são empreendedoras há muito tempo, né? Porque elas não conseguiam chegar ao mercado de trabalho formal. **Empreender era a única opção**. É a necessidade, do tipo **you need to eat, you need to survive**. Agora você já tem **um recorte específico, de mulheres jovens negras que empreendem não por necessidade, mas por oportunidade** (SD 10).

Formações discursivas no portal G1

A segunda reportagem, também dá voz à Adriana Barbosa. O texto divulga a série do portal G1 sobre Mulheres que Inspiram⁹ e traz a história da brasileira destacando-a

⁸ Segundo Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) Contínua do IBGE, publicada em 2020. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/6403>.

⁹ Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/pme/noticia/2021/03/08/mulheres-que-inspiram-serie-do-g1-conta-a-historia-de-empreendedoras-de-sucesso.ghtml>

como referência no campo do empreendedorismo feminino negro da América Latina. O título dá o tom da primeira formação discursiva proposta pelo veículo, **FD 1 - Empoderamento negro e feminino**, pois o portal escolheu aspas da fonte para ilustrar a questão do empoderamento de mulheres negras.

Nas SD 11, SD 12 e SD 13, percebe-se a aproximação com as Sociologias das Ausências e das Emergências. O jornalista opta por contar a história da empreendedora em ordem cronológica e, ao destacar os passos que levaram a empresária a criar a Feira Preta e a PretaHub, reforça como ela saltou de mulher invisível para uma empreendedora de sucesso. Essa FD1 propõe um pensamento que indaga a ordem global e sugere alternativas para valorização de diferentes culturas e novos diálogos.

“Eu era uma jovem preta e pobre. Não me davam credibilidade, principalmente na hora de buscar dinheiro”, conta Adriana Barbosa, **criadora do maior evento de cultura e empreendedorismo negro da América Latina**, a Feira Preta (SD 11).

Na época, ela frequentava as baladas de *black music* da Vila Madalena, na Zona Oeste de São Paulo. Foi lá que percebeu que **jovens negros das periferias frequentavam a região para ouvir música e que muitos deles trabalhavam na cadeia de produção**: eram DJs, técnicos de som, iluminadores, músicos. **“Mas quem ganhava dinheiro eram os homens brancos donos das casas noturnas. Aquilo me incomodava”**, conta Adriana (SD 12).

Hoje, **Adriana comanda também a PretaHub**, empresa com foco em criatividade, inventividade e tendências pretas. Criada em 2016, **é a consolidação do trabalho da empresária** e de pesquisas sobre empreendedorismo e consumo negro (SD 13).

A FD 1 corrobora ainda com a ideia contra-hegemônica proposta por Boaventura Santos e Meneses (2002), compartilhada por Collins (2019), pois provoca reflexões sobre a ascensão de um grupo oprimido - mulheres negras - em cargos de liderança, a promoção da equidade racial e da diversidade na construção de uma nova dinâmica social. Mais do que isso, nas SDs a seguir, pode-se notar um discurso que propõe a substituição de um presente certo, determinado, pela esperança em um futuro incerto, inclusivo, plural.

“Temos mais equidade racial e vemos a inclusão em muitos setores, desde a ocupação **de mulheres negras em cargos públicos** até pessoas negras dentro de empresas exercendo cargos de liderança” (SD 14).

Adriana faz parte de conselhos administrativos de algumas empresas. Para ela, isso é uma **mudança de paradigma**. “Eles não me chamam só pela minha experiência na questão racial, **mas sim pelo meu olhar sobre empreendedorismo**” (SD 15).

Antes, os conselhos eram ocupados por pessoas muito parecidas, do mundo corporativo, avalia. **“Hoje, as empresas escolhem levar equidade e diversidade para a tomada de decisões. Isso é um sinal de mudança”** (SD 16).

As **companhias começaram a perceber que a diversidade pode sim dar lucro**. Segundo Adriana, quando elas notaram que não **estavam produzindo para a população negra**, que representa mais de 50% da população, **começaram a resolver essa questão** (SD 17).

Pode-se dizer que a FD 1 no G1 também traduz como a diversidade cultural mobiliza o país, por isso, precisa ser respeitada. A SD 18 (Imagem 2), não verbal, reforça os signos da cultura negra na fachada da Casa PretaHub. Além das cores características em adornos africanos, elementos como a roupa de Adriana Barbosa, seu penteado e cor de sua pele aproximam o leitor dessa cultura e podem sugerir um diálogo de diferentes contextos. O enquadramento aberto, priorizando o empreendimento, e a postura da empresária sugerem a ideia de conquista, emancipação e empoderamento.

Imagem 2 (SD 18) - Adriana Barbosa em frente ao empreendimento Casa PretaHub



Fonte: G1, 2021

A segunda formação discursiva visível, **FD 2 - Experiências coletivas na emancipação feminina negra**, prioriza a mulher em posições de destaque, especialmente a negra. Essa ideologia poder ser notada nas SD 19, SD 20 e SD 21. Entretanto, ao mesmo tempo em que reforça o significante de mulher empoderada, autônoma, apresenta os conflitos dessas brasileiras no mercado de trabalho, na maioria das vezes, elas trabalham dobrado para assumir seus espaços, indicando a terceira formação discursiva, **FD 3 - Tensões para a emancipação de mulheres negras**.

A empreendedora ressalta que **há muitas características no feminino que faz com que as mulheres tenham uma amplitude de pensamento**. “A gente equilibra muitos pratinhos, cuida de filho, da casa, trabalho. Isso tem muito valor” (SD 19).

As **mulheres negras empreendem por necessidade desde a abolição da escravidão**. Hoje, elas precisam de um ambiente mais favorável para prosperar, alerta Adriana. “**Precisamos de equiparação de renda** entre homens e mulheres e ter **políticas públicas que façam recorte de gênero na perspectiva do empreendedorismo**” (SD 20).

A primeira possibilidade de desenvolvimento de uma mulher empreendedora tem a ver com **a sua autoestima, seu reconhecimento**” (SD 21).

Em que pese essa questão que iguala o gênero feminino, independentemente da raça ou etnia, a SD 20 demonstra a tendência ideológica do feminismo negro, que considera experiências específicas desse grupo para superar as imagens de controle sobre seus corpos, além do próprio racismo, como apontam Carneiro (2003) e Collins (2019).

Formações discursivas na CNN Brasil

A rede CNN Brasil apresenta a questão da manutenção do sistema colonial no país de forma mais racional. A abordagem reconhece os saberes da população negra como não existentes e essa proximidade com a Sociologia das Ausências aparece no título *Autônomos: raça e gênero interferem em ganhos e condições de trabalho*.

Diferentemente das outras duas reportagens, o veículo não destaca o nome e a imagem de Adriana Barbosa, opta por dados estatísticos para mostrar a desigualdade de salários e oportunidades entre gênero e raça, mas não valoriza a Feira Preta como a principal iniciativa da América Latina para a emancipação dessa minoria, define como “um dos maiores eventos” (SD 22), e não discorre sobre o potencial de diálogo da empresária para uma mudança social dentro da proposta da Sociologia das Emergências.

“Boa parte começa pela necessidade, sem uma estrutura, sem acesso à capital, maquinário e tecnologia. **Esse é o grande desafio, trazer oportunidade para que essas pessoas empreendam com melhor qualidade**”, afirma Adriana Barbosa, CEO da Casa Pretahub e idealizadora da Feira Preta, **um dos maiores eventos de empreendedorismo negro da América Latina** (SD 22).

No *site* da emissora, o texto que chama para o vídeo faz menção à Casa Preta somente no quarto parágrafo. Na reportagem televisiva de 4’27¹⁰, a citação à Casa PretaHub é feita em 3’08, quando Adriana Barbosa aparece, uma única vez, em uma fala de 19”, a mesma reproduzida na SD 22. Apesar de os números demonstrarem o abismo

¹⁰ Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/2021/07/24/raca-e-genero-interferem-em-ganhos-e-condicoes-de-trabalho-de-autonomos>

para equidade em termos de gênero e raça, ao contrário dos outros dois veículos, CNN garante menos espaço à empreendedora.

De qualquer maneira, é possível observar uma formação discursiva focada nas dificuldades para emancipação de mulheres negras no país. Além de ser clara nas aspas de Adriana Barbosa (SD 22), a **FD 3 - Tensões para a emancipação de mulheres negras** está na fala de uma das personagens da reportagem em vídeo (SD 23) e no texto da repórter, tanto no vídeo quanto no *site* da emissora (SD 24 e SD 25).

“Empreender hoje no Brasil é um desafio. E quando nós falamos de mulheres negras que estão nas periferias de São Paulo o desafio se torna ainda maior, tanto para acessar linhas de créditos ou então para fomentar esse empreendimento mesmo estando nas periferias de São Paulo [...]” (SD 23).

[...] à medida em que a renda cresce, **o trabalho fica mais exclusivo para os brancos e para os homens** (SD 24).

[...] Além de acolher os trabalhadores, a ideia é contribuir para o **aumento de renda de grupos marginalizados e mulheres negras que em grande parte são chefes de família** (SD 25).

Neste recorte, a formação ideológica é pouco argumentativa, está mais próxima do pensamento sobre a manutenção da hegemonia, que coloca o negro ainda no papel de “gestor da própria sobrevivência” (SD 26 e SD 27), não como um profissional competitivo, capaz de valorizar seus conhecimentos, sua cultura e se destacar no mercado, o que indica a tendência ao conformismo e continuidade da ideologia ocidental. A narrativa não chega a propor a contra-hegemonia.

Por trás desse empreendedorismo, a realidade de quem se vira para empreender não é fácil (SD 26).

“A gente tem um discurso bastante presente de que são todos empreendedores. E a gente fala que para algumas pessoas, especialmente para mulheres e para os negros, eles não são exatamente empreendedores no sentido daqueles que disputam o mercado de trabalho para garantir o seu lucro. Eles são gestores da sua própria sobrevivência” (SD 27).

A análise indica que a emissora tem uma formação discursiva passiva, a **FD 4 - Pensamento racional e pouco argumentativo/compreensivo**, focada em dados, com pouco espaço para discutir possíveis movimentos de convergência de saberes para a formatação de um modelo contra-hegemônico. A SD 28 é uma das poucas que faz alusão à ideia de ruptura da hegemonia presente na Sociologia das Ausências, pois reconhece a falta de políticas efetivas, segundo a opinião de uma socióloga que aparece em dois momentos - no *site* e na reportagem em vídeo.

A socióloga alerta que as políticas de **fortalecimento à economia popular só serão efetivas se estiverem combinadas a ações de apoio e de combate à discriminação**. “Essa é uma **situação histórica construída no nosso país, que é construída com base em relações racistas, mas também da inexistência de política públicas** para alterar esse cenário” (SD 28).

De certo modo, a especialista denuncia o racismo e a falta de reconhecimento da capacidade criativa dos empreendedores negros, que é explorada no campo das imagens. A edição traz ao telespectador uma grande diversidade de produtos com a temática afro, todos expostos na Casa PretaHub, onde a repórter faz a passagem (quando o jornalista aparece na frente da câmera com informações complementares). Mesmo assim, a postura é de aceitação de uma lógica que beneficia homens brancos, sem propor uma discussão sobre as experiências sociais possíveis, como recomenda a Sociologia das Emergências.

Considerações finais

O diálogo sobre as experiências do sul global indica que a Feira Preta pode ilustrar o pensamento das Sociologias das Ausências e das Emergências proposto por Boaventura Santos. Para chegar à conclusão, esta análise trabalha com quatro formações discursivas de veículos que abordaram a pauta: **FD 1 - Empoderamento negro e feminino** (IstoÉ Dinheiro e G1); **FD 2 - Experiências coletivas na emancipação feminina negra** (IstoÉ Dinheiro e G1); **FD 3 - Tensões para a emancipação de mulheres negras** (G1 e CNN) e **FD 4 - Pensamento racional e pouco argumentativo/compreensivo** (CNN).

Os dois primeiros veículos demonstram certa proximidade ideológica. IstoÉ Dinheiro prioriza a ascensão dos negros de forma mais geral, a representatividade feminina aparece de forma secundária, enquanto o G1 direciona para a importância do papel da mulher negra na construção de cenários contra-hegemônicos. A CNN aborda a problemática embasada em números sobre o abismo entre oportunidades para brancos, pretos, homens e mulheres, mostrando como os saberes das minorias ainda são reduzidos, compreendidos como não existentes dentro da cultura de uma nação cuja metade da economia é movida por pessoas que se assumem negras.

As formações discursivas recorrentes neste recorte valorizam (1) as experiências coletivas para empoderamento e emancipação da mulher negra, especialmente na IstoÉ Dinheiro e no G1, sinalizando para a “razão cosmopolita”, e (2) o discurso racional da CNN, com uma inclinação para a “razão indolente”, mais passivo, menos compreensivo. No último caso, é preciso reforçar que a análise está focada na reportagem, sem acesso

ao discurso completo das fontes. Por esse motivo, é válido assumir que a FD 4 tem relação com a ideologia da instituição CNN, não necessariamente das entrevistadas.

Ainda sobre a emissora de televisão, é possível notar que todas as profissionais que aparecem na reportagem em vídeo são mulheres - as âncoras do jornal, a repórter, a socióloga, as duas personagens empreendedoras e a idealizadora da Feira Preta. Entretanto, além das personagens, somente Adriana Barbosa é uma mulher preta e, assim como as profissionais autônomas, vive experiências desse grupo oprimido. Ainda assim, diferentemente da IstoÉ Dinheiro e do portal G1, a CNN garante menos espaço à empresária, considerada ícone na América Latina em termos de soluções concretas para a valorização da mão de obra e da cultura negra.

Nesse sentido, é interessante sinalizar que o discurso racional observado na CNN pode ocorrer justamente porque os textos e contexto daquela instituição são construídos por pessoas brancas, o que justificaria mais espaço para os argumentos de fontes negras, já que elas não estão ocupando espaços dentro de organizações multinacionais, como a emissora de TV. Ademais, esse cenário é um alerta para se avaliar como a mídia atua na formatação e/ou manutenção de sistemas sociais hegemônicos.

REFERÊNCIAS

- BERTH, Joice. **O que é empoderamento?** Belo Horizonte: Letramento: Justificando, 2018.
- CARNEIRO, Sueli. Enegrecer o feminismo: a situação da mulher negra na América Latina a partir de uma perspectiva de gênero. **Racismos contemporâneos**. Rio de Janeiro: Takano Editora, v. 49, 2003.
- CASCUDO, Câmara. **Dicionário do folclore brasileiro**. São Paulo: Global, 2012.
- COLLINS, Patricia Hill. **Pensamento feminista negro: conhecimento, consciência e a política do empoderamento**. Boitempo Editorial, 2019.
- KÜNSCH, Dimas A. Compreender mais e explicar menos, maternalmente. In: **Compreender: indagações sobre o método**. São Bernardo do Campo: Editora Metodista, 2020, p. 9-15.
- KÜNSCH, Dimas A. A academia, a comunicação e a compreensão: saberes plurais em roda de conversa. **Triade: Comunicação, Cultura e Mídia**, v. 4, p. 6-22, 2016.
- SANTOS, Boaventura de Sousa. Para uma sociologia das ausências e uma sociologia das emergências. **Revista crítica de ciências sociais**, n. 63, p. 237-280, 2002. Disponível em: <https://journals.openedition.org/rccs/1285>. Acesso em: 29 jul. 2021
- SANTOS, Boaventura de Sousa; MENESES, Maria Paula. Introdução. In: SANTOS, Boaventura de Sousa; MENESES, Maria Paula (Orgs.). **Epistemologias do Sul**. Coimbra: Edições Almedina, 2009, p. 9-19.