

El ‘éxito negro’ y la ‘belleza negra’ en las páginas sociales¹

Franklin Gil Hernández²
Universidad Nacional de Colombia

Resumen: En este artículo se presentan diversas reflexiones sobre las representaciones mediáticas de las personas negras de clase media y alta en las páginas sociales. Éstas parecen ser correlatos de la idea propuesta por Fanon (1968): “para el negro, sólo hay un destino. Y ese destino es blanco” (p. 6). Por un lado, el libreto fantástico del éxito negro se concentra en resaltar la excepcionalidad: el ascenso social y la pertenencia a la clase media y alta no es ‘natural’ de lo ‘negro’, es un accidente propiciado por la fortuna, la casualidad o un esfuerzo y sacrificios inusuales. Por el otro, el concepto sexualizado de ‘belleza negra’ parece centrarse en la idea de la blanquitud como capital cultural incorporado, refuerza la existencia de la ‘raza’ y muestra la capacidad del capitalismo para aprovechar la valoración de las diferencias propuesta por el multiculturalismo. Finalmente, se analizan las estrategias para crear una Negro society, cuestión que implica neutralizar las críticas al racismo, ofrecer las pruebas de su inexistencia a través de personajes ejemplares y exitosos e insistir en el carácter meritocrático del resultado de la ubicación en el orden de clase, cuestión que refuerza la ideología de la democracia racial.

Palabras clave: belleza negra, ascenso social, clase, raza, género, personas negras.

‘Black Success’ and ‘Black beauty’ in the Social Pages

Abstract: This article presents several reflections on the media representations about black middle class and ‘black elites’ in the social press. These representations are related with the idea proposed by Fanon: “for black people there is only one destination. And that destination is white” (1968:6). First, the fantasy script of the ‘black success’ focuses on highlighting the exceptionality of the social mobility of the black people, because the social mobility is an accident favored by the lucky or an unusual effort and sacrifices. Secondly, the sexualized concept of ‘black beauty’ focuses on the idea of whiteness as a cultural capital embodiment, in the existence of the ‘race’ and shows the ability of capitalism to take advantage of the value of the differences on the multicultural context. Finally, this paper analyzes the strategies used to create a Black Society, subject that involves neutralizing the criticism of racism, providing evidence of the absence of racism in society through exemplary and successful black people in order to show the centrality of merit in placing people in the class order, and reinforcing the ideology of racial democracy.

Key words: Black beauty, social mobility, class, race, gender, black people.

¹Este artículo recoge parte de los resultados de las investigaciones realizadas para la tesis de maestría: Vivir en un mundo de blancos. Experiencias, reflexiones y representaciones de raza y clase en sectores medios de Bogotá D.C. Esta tesis contó con el apoyo económico de la División de Investigaciones de la Sede Bogotá (DIB) de la Universidad Nacional de Colombia y de la Maestría de Antropología de esa misma universidad. Se desarrolló en el marco de una investigación más grande, el proyecto “‘Raza’, género y ascenso social: La experiencia de las clases medias negras en Colombia (Un estudio de caso en Bogotá y Cali)” Coordinado por la profesora Mara Viveros y financiado por Colciencias. **Recibido 22 de julio de 2010. Aceptado 26 de agosto de 2010.**

²Antropólogo, Magister en Antropología Social, Universidad Nacional del Colombia. Investigador asociado y docente ocasional de la Escuela de Estudios de Género de la Universidad Nacional de Colombia y miembro del Grupo Interdisciplinario de Estudios de Género (GIEG). Punto focal en Colombia del Centro Latinoamericano de Sexualidad y Derechos Humanos (CLAM). Temas de investigación: género y sexualidad; derechos sexuales y reproductivos; salud sexual y salud reproductiva; discriminaciones raciales, sexuales y de género; relaciones raciales y racismo. Email: fggilh@bt.unal.edu.co

*Para el negro, sólo hay un destino.
Y ese destino es blanco.*
Fanon, (1968)

La consolidación de una elite social demanda tener tanto un soporte material que asegure su permanencia como estrategias que fortalezcan su identidad como grupo. La ‘prensa social’ hace parte de las estrategias para distinguir la ‘Gente’ de la que no pertenece a la elite. No es casual en este tipo de publicaciones nombres como *People, Gente, Caras*, como un título que distingue a la ‘crema y nata’ de la ‘chusma’ y del ‘masa’. Las revistas sociales ‘hacen sociedad’; por *sociedad* entiéndase, para los propósitos del presente trabajo, no el concepto sociológico tradicional, sino más bien una representación de clase y distinción.

Franklin Frazier (1975), titula uno de los capítulos de su libro sobre burguesía negra en los Estados Unidos *Society: Status without Substance*, refiriéndose a la precariedad de la consolidación de la burguesía negra en Washigton en los años cincuentas, precisamente por la ausencia de un soporte material como grupo en el largo plazo³. Sin embargo, resalta los esfuerzos de esa burguesía por crear *Sociedad*, imagen que les permitiera resaltar sus estilos de vida y sus logros económicos y profesionales para, por un lado, poder diferenciarse de los ‘negros pobres’ y, por el otro, recibir una compensación por su exclusión de la *Sociedad* blanca, compensación que implicaba muchas veces hacer una copia ‘en negro’ de la burguesía tradicional. La prensa social tuvo un lugar fundamental en la creación de esa *Negro Society*.

En este trabajo se hace una revisión de las páginas sociales, suscribiendo a la idea de que esa prensa social, como lo refiere Frazier, a la vez que refleja la vida social de la burguesía y de sus redes de amistad, es también una forma de mantener el estatus. Si bien no era posible hacer seguimiento en Colombia de algo que podamos llamar *prensa negra*, varios elementos de la *sociedad* reflejados en esas publicaciones banales empiezan a incluir imá-

genes de personas negras y referentes de la ‘cultura negra’ que eran pertinentes para el análisis de las relaciones entre ‘raza’ y clase de las cuales se ocupa el proyecto investigativo del cual presento los resultados. Si bien tengo como referencia que las representaciones y los estereotipos sobre las personas negras en la publicidad y en la prensa “provienen de una historia de colonización en la cual el patrón de dominación fue organizado y establecido sobre la idea de raza” (Viveros, 2004: 81), quiero además insistir en las relaciones entre esas representaciones mediáticas y la clase.

En dicho trabajo investigativo se usó una metodología que incluyó una variedad de fuentes: entrevistas biográficas, observaciones de campo, seguimiento de medios impresos y, mi propia experiencia mediada a través de diversos postulados feministas sobre la experiencia como fuente de conocimiento. En el presente artículo, se recogen algunos de los resultados de la revisión de medios impresos, hecha con el objetivo de examinar la manera cómo son representadas las personas negras de sectores medios y altos, así como aquellas que se destacan en la escena nacional⁴. Hice una revisión de tres publicaciones sociales y de opinión entre los años 2006 y 2007: La revista *Carrusel* de la Casa editorial del Tiempo (revista semanal, 95 números revisados), la revista *Diners* (mensual, 24 números revisados) y la revista *Semana* (50 números revisados aprox.). A este corpus añadí selecciones aleatorias de otras publicaciones que cobraron valor para el desarrollo del trabajo y que finalmente correspondía más al objetivo de generar representaciones hegemónicas de clase; básicamente añadí artículos de las revistas *Fucsia, Caras* y *Jetset*⁵.

Los temas abordados serán los siguientes: el libretto utilizado para narrar el éxito de las personas negras, las relaciones entre el concepto ‘belleza negra’ y la movilidad social, y finalmente una descripción de un caso particular en el que se evidencian de manera más explícita elementos de una *Sociedad Negra* en una revista colombiana.

³El autor dice que muchos de los argumentos de consolidación de esa burguesía y especialmente el Negro Business eran más ideológicos que bases consolidadas para cambiar el estatus social de las personas negras en los Estados Unidos en los años cincuentas.

⁴Un mayor contexto sobre las clases medias negras en Colombia puede ser encontrado en Viveros y Gil (2010) y Urrea (2010).

⁵Agradezco de manera especial el acceso a estas publicaciones y la selección de algunas notas a mi amigo Omar Paternini.

1. Narrar el éxito negro

Quizá nos pueda servir de punto de partida para encontrar la lógica de las representaciones de clase de las personas negras, empezar por analizar 'el libreto' usado para describir el éxito y el ascenso de las personas negras en las páginas sociales. Empecemos viendo tres casos para diferenciar elementos de ese 'libreto' que van desde imperfectas adecuaciones de clase hasta historias de princesas para reforzar la idea de la excepción. Con el tercer caso, finalmente, recopilaremos algunas ideas sobre la retórica usada para narrar el 'éxito negro'.

1.1 El *bling bling* de Julio

Estados Unidos ha sido el referente de las relaciones raciales en América tanto en la política como en las ciencias sociales y ha sido señalado como el lugar donde se dio tanto el 'verdadero racismo' como la posterior posibilidad de ascenso de las personas negras como un fenómeno visible y contrastante para América Latina. En las revistas sociales revisadas, la clase media negra estadounidense, y sobre todo la elite artística, representan el referente de éxito de las personas negras y el cumplimiento del sueño de ascenso social como solución de ese extremo sistema segregacionista. Como lo expresa una entrevistada en el marco de la investigación que vivió un periodo en los Estados Unidos:

Allá [en los Estados Unidos] sí se ve que la gente tiene oportunidades de progresar. No es como aquí. Uno ve que [allá] sí hay logros y que hay más posibilidades de que la gente mejore sus condiciones de vida, incluso uno ve gente negra con mucho dinero. (Sandra, profesora universitaria, 45 años)

En las páginas de farándula de las revistas es usual encontrar a los 'negros famosos' de la escena del espectáculo, de la música, del cine y de la moda gringa. El panteón va desde famosas presentadoras como Oprah Winfrey, las modelos Naomi Campbell y Tyra Banks, actores como Morgan Freeman, y otros personajes del ámbito político como Barak Obama y Condoleezza Rice. Del ámbito de la música los cantantes de *hip hop* son también algunas de

las imágenes más repetidas en esas publicaciones y es a ellos a quienes haré referencia para hablar del caso aquí presentado.

Una de las representaciones asociadas a la movilidad social y al éxito económico son los cantantes de *hip hop* que revelan un tipo de movilidad económica rápida. La imagen se completa con un deficiente blanqueamiento y un afianzamiento de cierta 'masculinidad negra' asociada a la subcultura musical del *hip hop*. Efectivamente, el cantante de *hip hop* representa un proceso defectuoso de enclasamiento. Para el caso estudiado, ese modelo es referenciado en el cubrimiento de un artículo de la Revista Carrusel a propósito de Julio César Meza, ganador del *reality show* musical el Factor X Colombia en el 2007. El artículo hace un resumen de la trayectoria del cantante desde su primera audición en el concurso de televisión hasta la grabación de su disco. Entre las descripciones sobre su imagen resalta esta frase: "tiene ese *bling bling*, ese nuevo estilo que los cantantes negros pusieron de moda" (Revista Carrusel, julio 7 de 2007).

Precisamente, el *bling bling*, atribuido en este artículo al cantante colombiano, habla de la inadecuación de clase de personas negras que ascienden económicamente de manera acelerada. El estilo *bling bling*, palabra que representa el brillo del oro, se refiere al uso exagerado de joyas de oro y diamantes, ropa de marca y pieles, propia de los 'nuevos ricos', de los 'levantados' sin clase y sin cultura que no saben qué hacer con la plata, como decía antes esa deficiente encarnación de los valores de clase se completa con una imagen de masculinidad que no corresponde a la domesticada imagen 'metrosexual' o una moderada masculinidad 'género-sensible' contemporánea⁶. Podría de otro lado también funcionar como una estética de resistencia a ese modelo de clase, tratando de proponer otra apariencia de éxito por fuera del canon, sin embargo, ese no es el caso de Julio a quien se le identifica con un *bling bling* moderado.

El artículo hace énfasis en su vertiginoso ascenso, evidenciado en el aumento de su nivel económico y su cambio de *look* tendiente al blanqueamiento: "Los crespos rubios y las trenzas de rapero son his-

⁶Esas formas de masculinidad más o menos moderadas que podrían estar en el universo de lo que se ha llamado 'nuevas masculinidades' no implican necesariamente una democratización de las relaciones entre hombres y mujeres. Una crítica sobre este asunto puede ser vista en Gil (2008).

toria (...). “Se resiste a pesar de que le han ofrecido hacerle un diseño de sonrisa y hasta ‘arreglarle’ su nariz por una no tan de su raza” (Revista *Carrusel*, julio 7 de 2007)

En este artículo, se destaca que el éxito de la carrera que comienza incluye un cambio de *look* relacionado, entre otros aspectos, con el cabello, aunque sus asesores de imagen le insinuaron también hacerse una cirugía plástica tendiente a tener una imagen más armónica con su triunfo. El objetivo de ese cambio de *look* es entonces que se vea menos negro y menos popular. Como lo refiere Teixeira en su trabajo sobre las personas negras en la universidad, cuando se asciende “la negritud no puede ser ostentada” (2003:173). La tarea de aprender los códigos sociales dominantes también requiere hacer una inversión de blanqueamiento.

1.2 “Como si su paseíto hubiera sido a Chía”⁷

En el artículo *Feliz y placentera Navidad* de la Revista *Carrusel* del 22 de Diciembre de 2007, hay otra referencia sobre la movilidad social. Después de hablar del erotismo en la comida, el artículo termina con una semblanza de la carrera de la modelo negra Claudia Lozano. Habla de sus últimos éxitos a partir de sus trabajos realizados en México y Europa y su elección como una de las modelos de la campaña mundial de los relojes de Dolce & Gabbana.

El tono irónico de la frase que encabeza este apartado, para referirse a los viajes de la modelo, lo podemos relacionar con ‘la contradicción’ entre el estatus de clase y el estatus racial (Gil, 2010)⁸. Al describir la despreocupación y la familiaridad con la que la modelo habla de sus importantes viajes, el periodista manifiesta su sorpresa de lo familiarizada que se siente la modelo con el asunto, como si ella tuviera que sentirse fascinada por haber llegado hasta donde llegó y por haber ido a Europa. El tono irónico de la frase “como si su paseíto hubiera sido a Chía”, deja entrever una situación no esperada: lo esperado era que fuera Chía no a Praga, y que si viajaba a Praga expresara toda la gratitud y la emoción

de poder haber alcanzado lo que las personas de su grupo no alcanzan usualmente.

1.3 “Ganarse todo a pulso” o tener suerte

Nuevamente me refiero a la historia del cantante Julio Meza. En el subtítulo uso dos frases que sintetizan la manera como es descrita su carrera: por un lado, lograda con gran esfuerzo y lucha, de vendedor de mangos a cantante por haber ganado el *reality* musical El Factor X. Por otro lado, la fortuna disparó su carrera a un éxito relativo, al lograrle dar una casa de 3 pisos a su mamá. Esto, en una difícil competencia en la que se ganó la enemistad de sus compañeros que lo “consideraban que era ‘sobrado’” y conflictivo. (Revista *Carrusel*, julio 7 de 2007)

Cunin (2003) se refiere en este sentido también a la manera como es narrada la historia de las reinas negras de los concursos de belleza, descritas en los medios de comunicación como historias de hadas y de princesas que van de la pobreza ínfima a la riqueza. Seres excepcionales que por una fortuna del destino lograron salir de la pobreza que de lógica les tocaba.

Autodidactismo y naturalidad, es otro elemento que sale en la historia de Julio y que podemos relacionar con las ‘cualidades femeninas’, es decir, habilidades de distinto tipo que son naturalizadas. Esta forma de concebirlas le quita mérito a los logros y refuerzan una separación de género entre lo racional y lo corporal⁹.

Su primera guitarra, “la que una vez la novia le dijo que se la metiera por el culo después de una pelea”, le costó \$ 15.000.00, y como él mismo dice: “no tuve profesor, yo veía, oía, y me llevaba los sonidos en la boca”. Al leer esa descripción no puedo dejar de hacer referencia a un caso colombiano emblemático: la historia de la pianista negra Teresita Gómez. Abandonada en las afueras del Palacio de Bellas Artes de Medellín, aprendió música escuchando las clases del conservatorio y escuchando tocar a maestros y estudiantes, para después recibir directamente clases de maestros italianos y conver-

⁷Chía es un municipio vecino de Bogotá.

⁸Para ampliar esta cuestión ver Gil, 2010.

⁹Aquí cabe mencionar como el género ha servido muchas veces de relato ideológico para construir diferencias raciales. Atributos raciales feminizados se han usado históricamente en los procesos de subalternización para describir a diversas minorías raciales (Cf. Dorlin, 2006 y Gil, 2008).

tirse en una gran intérprete musical (Ciudad Viva, mayo de 2006). Aparece en un artículo, escrito por San Miguel en el periódico *El Tiempo* del año 2005, la referencia de que una vez fue sorprendida tocando el piano por una profesora del conservatorio que gritó “¡la negra está tocando!”, porque ¿Cómo puede una ‘negra’ tocar el piano? ¿Cómo puede tocar música clásica? Como bien se titula uno de los artículos consultados sobre Teresita Gómez fue ‘salvada de las aguas’, salvada del destino que le tocaba: ocupar en el presente el lugar subalterno heredado de sus abuelos esclavizados.

Las reacciones de contradicción lógica, incomodidad, sorpresa y reubicación que ilustran esas experiencias y representaciones sobre las personas negras en posiciones sociales no subalternas, confirman la persistencia del orden colonial-racial en las jerarquizaciones sociales contemporáneas y refuerzan la idea de la *excepción* cuando se habla de movilidad social para las personas negras.

El hecho de recurrir al libreto de la fantasía, de la fortuna y de la excepcionalidad, pareciera confirmar que cuando se habla de personas negras de clase media o alta, o cuando se habla de personas negras exitosas pareciera que se hablara de un cuento de hadas. Este recurso de representación cumple a la vez dos fines contradictorios, en primer lugar, juega para confirmar la regla de que las personas negras deben ocupar posiciones subalternas, en segundo lugar, el ‘éxito negro’ hace de prueba de confirmación de la democracia racial y de la ausencia de racismo, al tiempo que refuerza la explicación de la marginalidad de la población negra como una falta de mérito y esfuerzo personal.

El otro elemento finalmente que emerge de estas representaciones es la ilegitimidad de ese lugar social alcanzado, jugando ya sea como estatus irreal o fantasioso, en el sentido expuesto en el párrafo anterior, o como estatus imperfecto, es decir como una deficiente encarnación de las reglas de clase. Como refuerzo de esa manera de pensar especialmente para el ascenso de las mujeres negras, existe un argumento fantasma que casi siempre aparece cuando se habla de estos temas: la cuestión de los matrimonios interraciales como ‘la fórmula de ascenso’. Según los resultados de la investigación

“‘Raza’, género y ascenso social: La experiencia de las clases medias negras en Colombia (Un estudio de caso en Bogotá y Cali)”¹⁰ y como lo mostró antes Figueiredo (2002 y 2003) para el caso de Bahía (Brasil), el matrimonio es más una consecuencia del ascenso que una estrategia de ascenso, y de hecho las mujeres heterosexuales tienden a unirse con sus pares de clase sean estos negros o no. Esto no significa menguar el papel que tendrían las uniones interraciales en la consolidación de procesos de ascenso social, pero sí para quitarle peso a ese argumento sobrerrepresentado.

2. ‘Belleza negra’, blanqueamiento y movilidad social

La categoría blanqueamiento es bastante complicada de usar. La primera dificultad con la que nos enfrentamos es que de alguna manera se sustenta en una certeza de qué es lo blanco ¿acaso existe mayor certeza de qué es lo negro? Esta es una contradicción de los estudios sobre relaciones raciales que a la vez que muestran el carácter histórico y construido de las coordenadas raciales y contribuye a deconstruirlas, al tiempo también le dan una cierta materialidad y existencia a esas coordenadas.

Vemos la utilidad de este concepto cuando estamos hablando de personas de sectores no subalternos o al menos en un lugar intermedio en el orden de clase. Si el orden de clase coincide con el racial entonces ¿Para una persona negra movilizarse socialmente debe también blanquearse? si tal cosa sucede ¿en qué consiste?

El epílogo de este artículo sintetiza varias de las ideas de Fanon sobre el asunto del blanqueamiento. Si pensamos que lo blanco se identifica con el poder, con la ‘alta cultura’, con el ‘buen comer’ y con un conjunto de características enclasantes, y lo negro está des-identificado con esas características, responderíamos en primera instancia a la pregunta formulada que no se puede ascender en el orden de clase sin blanquearse, sin rechazar lo ‘negro’. En ese sentido, cuando las personas negras rondan por esos gustos se untan de algo que no les es propio. Fanon ilustra ese ‘untarse de blanco’ cuando habla de los martiniqueses que van a la Metrópoli y retornan:

Queremos decir que los negros que vuelven con

¹⁰Coordinada por Mara Viveros y de la cual hice parte.

los suyos [después de haber estado en la Metrópoli] dan la impresión de haber realizado un ciclo, de haberse añadido algo que les faltaba. Vuelven literalmente llenos de sí mismos. (Fanon, 1968:16, nota al pie).

O más exactamente, vienen llenos de ‘otros’, recuperan algo que no es suyo. La fatalidad de esa historia de migración (en el espacio geográfico y en el orden de clase), está en que antes tenían algo que no era deseable y ahora tienen algo valioso, pero que no es suyo, luego son unos ladrones que ostentan algo que no son y que cambiaron por algo vergonzoso que antes tenían. El proceso de enclavamiento, como lo muestran las experiencias descritas por varios de las y los entrevistados en el marco la investigación en la que se basa este artículo (Gil, 2010), es imperfecto, porque siempre se queda ‘algo de negro’ por ahí que los delata, no sólo como ‘negros’, sino como usurpadores. En palabras de Fanon:

El blanco tuvo la impresión de que *yo me le escapaba*, y que me llevaba algo conmigo. Me registró los bolsillos. Pasó la sonda por la menos dibujada de mis circunvoluciones. Todo era conocido; pero era evidente que yo poseía un secreto. (Fanon, 1968:160-161).

Si la movilidad social está asociada a procesos de blanqueamiento, y si los atributos de clase también se materializan en la apariencia, podríamos incluir un elemento que entra en juego y que tiene que ver tanto con el blanqueamiento como con la apariencia y es ‘la belleza negra’. Ya había tenido el referente a partir de conocer la revista RAÇA de Brasil¹¹, de la centralidad que tiene el concepto de ‘belleza negra’ (*black is beautiful*) en los procesos de visibilización de clases medias negras y de elites negras, pero... ¿de qué cosa hablamos cuando hablamos de belleza negra? Mirando parte del material revisado sobre revistas sociales, identifico dos formas como se expresa la ‘belleza negra’: como blanqueamiento y como exotización. En todo caso, estos dos desdoblamientos son encarnados por el cuerpo de las mujeres.

2.1 Belleza negra como blanqueamiento. La Barbie negra

Venía diciendo antes que *blanqueamiento*, es un concepto clave, a la hora de analizar los procesos de movilidad social de la gente negra. Tengamos en cuenta al respecto los procesos históricos de limpieza de sangre y las alianzas matrimoniales como posibilidades de ascender socialmente en el pasado. Sin embargo, este concepto en el sentido biológico debe ser utilizado con cuidado por dos razones, porque puede significar un prejuicio en relación con el contacto interracial o interétnico o porque tal cosa no se da necesariamente (al menos en el sentido de hacer una alianza matrimonial con una persona de otro grupo étnico-racial), cabe decir a propósito que Urrea et al. (2001, 2005) refiere por ejemplo que existe una marcada homogamia racial y de clase en Cali, y de otro lado, los estudio de Laura Moutinho (2001) en Sudáfrica y Brasil refieren que las parejas interraciales se dan más entre mujeres blancas y hombres negros que el caso contrario, diferencia que hay que tener en cuenta, sobre todo si estamos hablando de intercambios de estatus en el orden racial y de clases y que las mujeres ocupan como grupo un espacio subordinado, aunque individualmente puedan estar en otras posiciones.

Si bien ese sentido biológico del blanqueamiento tiene vigencia, es de mi interés centrarme en otra manera de entenderlo: como prácticas corporales tendientes a cumplir con el canon de belleza dominante, generalmente donde lo blanco es bello y lo negro no lo es¹². Esas prácticas corporales pueden ir desde intervenciones menos invasivas como alisarse el cabello, hacerse extensiones, maquillarse de una determinada manera para ‘rebajar el volumen natural de los rasgos negros’ o usar lentes de contacto; hasta intervenciones más invasivas como cirugías plásticas, especialmente de nariz y labios, o la utilización de productos para aclarar la piel. Ahora, también con esta aproximación habría que tener cuidado, porque el sentido de esas intervenciones no necesariamente debe ser interpretado como una ‘traición a la raza’ o a la ‘condición natural’, y cada

¹¹Recientemente comenzó a ser producida la revista ÉBANO en Cali que tendría un perfil comparable, aunque notablemente menos comercial, de la revista RAÇA.

¹² Es necesario ser cuidadoso con estas coordenadas de lo bello y lo feo. En cada contexto local e histórico el canon de belleza puede tener variaciones que desinstalan a lo negro y a lo blanco del lugar de lo bello o lo feo.

quien hace de su cuerpo lo que quiera. Pero no podemos ignorar que los deseos y aspiraciones personales también son influenciados por el consumo; el canon de belleza nacional clasifica dentro de lo no deseable rasgos atribuidos a lo negro y a lo indígena, y para eso sólo basta echar un vistazo a la publicidad y a los reinados de belleza.

Barbie negra fue uno de las formas como fue llamada Vanessa Alexandra Mendoza, refiriéndose al tipo de belleza que encarnaba aquella mujer mulata. Cunin (2003) muestra las opiniones que se dieron a partir de esta elección y su descripción mediática como una mujer negra con rasgos de blanca, una negra fina, una muñeca: la *Barbie negra*. En el Reinado Nacional de la belleza del año 2007 encontramos una referencia de cómo los reinados se convierten en espacios donde se ritualiza el orden racial y se definen las coordenadas de la autenticidad de la belleza local (racial), como se ve en el comentario de uno de los jurados del certamen, al referirse a la candidata de Bogotá y calificar cuál era el 'fenotipo auténtico' de una mujer que representara la belleza colombiana:

Una latina no es una rubia ni de ojos azules", dijo jurado del Reinado Nacional de Belleza. (*El Tiempo*. Sección vida de hoy. Noviembre 12 de 2007)

Tampoco lo será una mujer negra. Marisol de la Cadena (2004) hace una referencia, en un capítulo de su libro sobre Cuzco titulado "las mestizas insolentes y el respeto", a la importancia que tuvo un reinado de belleza en el Cuzco para ratificar el fenotipo racial auténtico que representaba la cuzqueñidad. Cabe decir, que la emergencia de estas cuestiones raciales en los reinados de belleza, muestra que lo racial no es un accidente en la definición del canon y que existen eventos conmemorativos en la vida nacional que tienden a perpetuar la idea de 'raza' no sólo como algo dado, sino también como algo que sustenta la nación. En ese sentido, no es sólo algo banal lo que está en juego en esos certámenes de belleza, ya que también está en juego la imagen de la nación y la indicación de lo que es bello, cuestión que necesariamente remitirá a atri-

butos raciales y de clase encarnados en este caso en el cuerpo de una mujer.

Volviendo al caso de Vanessa Alexandra Mendoza, cuando dicen que es una negra con rasgos de blanca ¿qué se está diciendo? Yo tengo muchas preguntas sobre este asunto: ¿qué es lo puramente negro? Evidentemente lo blanco marca el canon de belleza general, pero precisamente como no hay razas ¿dónde están aquellos componentes originarios? ¿qué es lo negro? ¿labios protuberantes, esteatopigia, voluptuosidad, cabello rizado...? No hay sino que mirar superficialmente los pueblos étnicos de África (el lugar imaginado de donde 'viene la raza negra') para darse cuenta que de los pigmeos a los bosquimanos, de los dinka a los zulúes existe una variedad de rasgos faciales, formas de ojos, alturas y texturas corporales.

En todo caso, pareciera que no pudiéramos escapar a las clasificaciones raciales, a pesar de que en el caso colombiano tempranamente se dejó de usar categorías raciales¹³. Las clasificaciones raciales hacen parte del sentido común. Las 'razas' se niegan a desaparecer, recordemos que recientemente hubo una gran controversia, a propósito de las declaraciones del genetista James Watson, premio Nobel, sobre la inferioridad intelectual de los negros. No es casual también que esa polémica se de en medio de debates que cuestionan la legitimidad de las acciones afirmativas en ese país:

Uno de los padres de la genética moderna, premio Nobel y codescubridor de la doble hélice de ADN, el estadounidense James D. Watson, de 79 años, ha vuelto a desencadenar una controversia planetaria por unas declaraciones en el diario *The Sunday Times*. Watson afirma que los negros son menos inteligentes que los blancos. "Todas nuestras políticas sociales están basadas en el hecho de que su inteligencia es la misma que la nuestra, mientras todas las pruebas muestran que no es realmente así", afirma el científico. (*El País*, 17 de octubre de 2007, Madrid).

Para el caso colombiano, no deja de ser interesante que fuera un concurso de belleza el que suscitó una de las polémicas más visibles a nivel mediático sobre relaciones raciales (en un país donde

¹³En 1986 se incluyó por primera vez una categoría que identificara las poblaciones afrocolombianas en el Censo y no se tenían datos desde mitad del siglo XIX. DANE (2006)

no se habla de ello). Algunos medios de comunicación sobreestimaron el logro de la corona comparándolo incluso con la abolición de la esclavitud. Cunin (2003) plantea puntos muy importantes para entender esta cuestión: a pesar de que se eludió todo el tiempo la cuestión del color de piel de la reina, como lo refiere la autora, no deja de ser paradójico que el color de piel es una característica inscrita en el cuerpo, en un concurso que evalúa la belleza física. Añade también la autora, que a pesar de la visión de los medios de comunicación, la elección de Vanessa Alexandra Mendoza no sólo no revierte el orden racial, sino que lo confirma.

El trabajo de Roger Bastide (1970) en Brasil y en Francia es un antecedente de trabajo fundamental para hablar de la belleza negra como inscrita en el orden racial y con coordenadas sexuales. Él habla de las *Venus negras* y de los *Apolos negros* para hablar de dos estereotipos raciales que se refieren no sólo a la belleza física sino a la lubricidad sexual atribuida a las mujeres y hombres negros.¹⁴

La belleza negra está connotada racialmente de diversas maneras:

- Como expresión de blanqueamiento, es decir como el resultado de la abolición de elementos ‘negros’ y la aproximación al canon blanco.
- En continuación con el punto anterior, esa belleza no está fuera del orden racial hegemónico, sino que lo confirma. Decir que una persona negra es bella podría ser equivalente a decir que tiene algo de ‘blanco’ o que se acerca a lo ‘blanco’.
- ‘Belleza negra’ no es una forma de representar un tipo de ‘belleza propio’ ni de generar orgullo de algo que podamos llamar ‘el cuerpo negro’.
- Con esos límites, de todas maneras, la belleza negra ha sido usada como una estrategia de contra-representación y como visibilización de sectores medios y de elites negras, buscando un reforzamiento identitario del sentido: *black is beautiful*.

- La belleza no es sólo una cuestión física, está marcada por la clase.
- La belleza negra, difícilmente se presenta sin vinculación con los estereotipos raciales referidos a la sexualidad. Veamos el siguiente punto.

2.2 Belleza negra como exotización. Mujeres de ébano y chocolate



Revista Carrusel del 22 de Diciembre de 2006

Escogí hablar de ébano y chocolate porque son las dos palabras más usuales en los medios impresos estudiados para describir la belleza de las personas negras y particularmente de las mujeres. El carácter exotizante de estos adjetivos puede ser explorado en cuatro puntos:

- El uso de esos productos en las representaciones sobre lo ‘negro’, agregando el del plátano y el del tabaco, no es original, tiene su origen en la propaganda colonial europea sobre el chocolate y sobre los productos venidos de las colonias.
- El chocolate, como algo para ser comido, refuerza la representación de la pasividad y del exotismo atribuido a las personas negras.
- Expresa también la reducción de las personas negras a su cuerpo. La belleza está unida a la cuestión de la sexualidad¹⁵.

¹⁴Para el caso colombiano, el trabajo de Mara Viveros (2002) sobre masculinidades en Quibdó analiza las vinculaciones entre estereotipos raciales, representaciones de belleza y sexualidad.

¹⁵Precisamente, Bastide (1970) menciona que hablar de lo racial es necesariamente referirse a lo sexual. Viveros (2002) menciona un camino lógico diferente en su trabajo sobre masculinidades en Quibdó. La investigadora expone que sus entrevistados comenzaban hablando de lo sexual terminaban hablando de racismo. La cuestión que quiero resaltar es que son campos interconectados.

- Es un eufemismo paternalista para evitar el uso del color de piel o de categorías raciales.

Miremos un ejemplo que ilustra algunos de esos elementos en uno de los artículos de revista encontrados. En la revista *Carrusel* del 22 de Diciembre de 2006 aparece un artículo titulado “feliz y placentera Navidad” a propósito de la comida navideña, afirmando que esta época del año no es sólo para comer natilla y buñuelos, y que la culinaria es un arte que mezcla amor, sexo y erotismo.

En este artículo aparece ‘casualmente’ una fotografía de la modelo negra Claudia Lozano, envuelta en papel de aluminio como un “Chocolate gigante: dulce, sexy y sensual”. Este gigante “chocolate de Hershey’s” fue, según el autor, sólo un pretexto para hablar sobre el tema.

No puedo dejar de recordar al ver esta imagen la publicidad colonial decimonónica francesa de la Banania y de los productos venidos de las colonias de ultramar en el que las mujeres negras eran exhibidas eróticamente ofreciendo productos para comer (Bacholet et al, 1992). En esas representaciones las mujeres eran prácticamente una prolongación del producto para comer, exponiendo una idea sobre la disponibilidad sexual de las mujeres negras para los hombres blancos.

El juego de la imagen de ‘una mujer como chocolate’ está supremamente cargado de sentidos raciales y de género. La modelo de la nota periodística aparece como un delicioso platillo para comer, cuestión que no puedo desvincular de dos ideas, en primer lugar, que como mujer está servida en bandeja de plata para el deseo heterosexual masculino, en segundo lugar, el hecho de ser negra no es anodino: si esa idea de pasividad, de ‘ser comida’, puede ser encarnada por una mujer en el imaginario heterosexual, sólo una mujer negra podría llevar esa idea de disponibilidad sexual hasta sus últimas consecuencias.

Los editores podrían decir que era casual y que la imagen era un pretexto, pero pensemos mejor el uso de esa imagen como un subtexto. No hay entonces casualidad en el hecho de que un artículo sobre el erotismo y la comida sea ‘adornado’ con una mo-

delo negra, que no sólo complementa la idea, sino que es la síntesis misma del argumento del artículo: es comida (es un gran chocolate) y es sensual (referido a su pose y al traje de aluminio que a la vez es un diminuto traje y representa la idea de la envoltura del chocolate).

Esa idea es reforzada cuando el artículo hace el tránsito de describir a una persona a las características de un grupo. Efectivamente, el estereotipo es siempre una representación social, es decir una representación como grupo. El texto, al hablar del erotismo en la comida se refiere a la presentación seductora de las cocinas italiana y francesa, para aterrizar en la comida afrodisiaca del Chocó (chontaduro y borojó) y del Caribe (mariscos). De alguna manera, ese referente geográfico vuelve y vincula el estereotipo sexual en la ‘piel de los negros’. En otro artículo de esa misma revista del 25 de mayo de 2007: *Lo que comes es lo que eres... en la cama*, se repite esta idea:

Las negras del Choco y el Valle pregonan sus beneficios con una sonrisa [los del chontaduro]. Y nadie más sabio que el pueblo. Fruta del Pacífico que se volvió famosa por aumentar la libido, algunos lo toman en jugo con chontaduro y miel de abejas y se sienten confiados. (*Carrusel*, 25 de mayo de 2007)

3. Marketing, ‘belleza negra’ y movilidad social.

3.1 Un punto de referencia, la revista *Raça Brasil*

Todos los meses *Raça Brasil* va a hablar de nuestros problemas y presentar soluciones. Lo va ayudar a cuidarse mejor, a vivir con más alegría y seguridad. Va también a discutir sobre nuestra identidad, rescatar nuestra herencia cultural y mostrar que la negritud es alegre, rica, linda. (Revista *Raça Brasil* Septiembre de 1996)

En los puestos de periódicos y revistas de la ciudad, los afro-brasileños recibían la primera edición de la revista *Raça Brasil*. El éxito fue tal que los 200.000 ejemplares del tiraje inicial se agotaron.¹⁶ (Revista *Raça Brasil* Septiembre de 2006, edición 10 años)

¹⁶En adelante los textos referidos a la revista RAÇA Brasil son una traducción mía.

Originada en São Paulo en 1996, la revista *Raça Brasil* es sin duda uno de los signos de la visibilización de la clase media negra brasileña y sobre todo paulista, con el objetivo de resaltar los logros de la gente negra en el mundo empresarial y artístico, especialmente el mundo de la música, la moda, el modelaje, el marketing y la industria de la belleza, aunque hace mención también de algunos intelectuales negros. Con secciones como *estilo, éxito, viva bien, cultura, belleza pura, negocios, diversión y arte*, la revista tiene el formato de revistas como la CARAS de Colombia, es decir, hecha en un papel muy fino y con una mezcla de notas culturales y de interés, con muchas notas sociales y de farándula, con mucha publicidad sobre productos de belleza y moda, con notas sobre cuidado personal... pero la diferencia es que es hecha 'por negros y para negros' y los famosos que salen allí también lo son. A veces también sale algún artículo sobre cuestiones políticas referidas a debates raciales, pero no es su línea editorial predominante.

El tema de los productos de belleza para personas negras es fundamental en la revista *RAÇA Brasil*. Cabe decir que esa belleza está marcada por la clase, evidenciado en los productos de consumo publicitados de restringido acceso. Así como la Fundación Color de Colombia¹⁷ (aunque sin duda la Fundación Color es otra cosa), la revista tiene el objetivo tanto gráfico como discursivo de deconstruir el significativo negro=pobre. En la edición conmemorativa de los diez años de la revista encontramos:

El negro no tiene poder adquisitivo, el negro no tiene autoestima, no tiene escolaridad. Por qué entonces hacer una revista para los negros? Va a ser un fracaso', apostaban los pesimistas, los desinformados y los incrédulos, cuando la editora Símbolo comenzó el proyecto de la revista *Raça*. Los consumidores afro quedaron sorprendidos con los resultados de la investigación *Qual é o pente que te penteia* encomendada a Grottera Comunicaciones. Era nada más y nada menos que 1,7 millones de familias negras, con buen nivel de escolaridad, renta familiar media alrededor de los diez salarios

mínimos. Una multitud deseosa de verse representada en las campañas publicitarias, y comprar productos específicos que atendieran a su estética y a sus necesidades. Los empresarios pasan a invertir en los 'productos étnicos', la publicidad a integrar cada vez más modelos negros en las campañas publicitarias. Nada más sería como antes...

El título de la investigación de mercado que confirmó que existía un potencial de consumo entre la clase media negra, es fundamental para entender esa vinculación entre belleza negra y movilidad social. *Qual é o pente que te penteia, Cuál es el peine con que te peinas negra bonita...* es la letra de una famosa canción brasileña de la década del ochenta, que coincidía con la moda del peinado afro¹⁸. Esa canción hace una alusión directa a la belleza de las mujeres negras, *cuál es el peine que te peina ese cabello tan lindo negra bonita* refuerza la cuestión del cabello 'natural' como un atributo de belleza en un momento en el que el cabello afro era muy valorado y que contrasta con la fuerte presencia en la revista de mujeres negras con cabellos alisados y las ofertas de productos para corregir aquel defecto: el *pele malo*, como le dicen en algunos lugares de la costa caribeña colombiana. La campaña identifica no sólo un potencial de consumo en esa clase media negra, si no también una multitud de personas que quieren verse bellas: es decir estar a la moda, cuidarse, estar al tanto de los últimos productos de belleza, pero también una población con necesidades propias de consumo. Por ello es común en esta publicación el detalle de productos de belleza especializados para personas negras: maquillaje, cremas, productos para el cabello.

Traigo este tema a colación como contraste y como referencia, ya que si bien no hay una publicación comparable en Colombia a la revista *Raça*¹⁹, el tema de los productos de belleza para personas negras empieza a dejar los mercados restringidos de las peluquerías afro y empieza a visibilizarse en las publicaciones sociales colombianas.

Esta cuestión plantea un elemento problemá-

¹⁷La MISIÓN de la Fundación Color de Colombia es "promover una mayor integración de la población negra o afro a la nación y al desarrollo, preservando una diferencia cultural étnica" <http://www.facebook.com/pages/Color-de-Colombia/196804785044?v=info>. Es una organización que sin duda merece ser seguida y estudiada en relación con los temas tratados en este trabajo.

¹⁸Agradezco al profesor Mauro Brigeiro esta referencia.

¹⁹Exceptuando quizá la nueva revista *Ébano* en Cali, que de todos modos es una revista más de tipo cultural y social y no tiene esa marcada connotación comercial.

tico: la identificación de las clases medias negras como consumidoras ha sido uno de los principales factores de inclusión en esas representaciones, en otras palabras es una bienvenida al mercado²⁰. Sin duda esta cuestión ha sido fundamental en la consolidación de la clase media negra también en los Estados Unidos. En ese caso, la segregación hizo que la gente negra desarrollara sus propias industrias para satisfacer una serie de necesidades, al no poder acceder a los lugares de consumo de la gente blanca, posteriormente se desarrolló también una importante industria de productos de belleza para personas negras (algunos de ellos asociados al blanqueamiento como los productos para alisar el cabello y los productos para aclarar la piel), pero también muchos lugares culturales y de recreación y encuentro, restaurantes, cafés, clubes y prensa.

El mercado ha aprovechado muy bien la cuestión de la diferencia racial y dio en el clavo al identificar una serie de necesidades específicas en relación con su versión de la 'cosmética afro'.

En Octubre 6 de 2006 es publicado en la revista Carrusel el artículo *Piel Morena*, en el que un reconocido estilista da "secretos de belleza para mujeres de raza negra". En este artículo se da a conocer una serie de marcas de maquillaje que tienen líneas especializadas para las mujeres negras: Mac, Guerlain, Iman, Esika (marrón *native*). El estilista Franklin Ramos dice:

En nuestro país la gran mayoría de las mujeres es de raza negra y, paradójicamente, desconocen toda la fuerza y belleza que posee.

Las mujeres de piel oscura tienen la virtud de poder abusar del color.

Las bases deben ser de texturas líquidas y sin brillo para no crear más volumen.

Una base bien escogida ayuda a dar una apariencia más suave.

Los labiales deben ser mates y en tonalidades oscuras, debido a que casi siempre los labios son protuberantes.

Como vemos, el estilista da una serie de recomendaciones para que las mujeres negras se ma-

quillen, muchos de ellos a la manera de trucos para disimular algunos 'defectos' propios de su 'raza': los labios grandes, los rasgos fuertes, el volumen o brillo excesivos. Llama la atención la frase con la que termina el artículo, en la que se intenta rematar con un tono políticamente correcto que valora lo negro como bello:

No puedo finalizar este artículo sin decirles a todas estas mujeres que tienen una belleza única y deben sentirse orgullosas de su raza.

3.2 La 'edición negra' de la Revista Fucsia: ¿una novedad en las representaciones?

En febrero de 2009 la revista *Fucsia* sacó una 'edición negra' en la que se quiere hacer un homenaje a la 'belleza negra'. Este número especial de la Revista *Fucsia* es sin duda una muestra nacional acerca de lo comentado antes en relación con el manejo mediático del concepto 'belleza negra'. La publicación propone un tono que va desde estereotipos tradicionales sobre lo negro a algún nivel de problematización de esos estereotipos. Desde antiguos materiales sobre las representaciones raciales a la producción de nuevas representaciones sobre 'lo negro', en este caso asociadas a la clase. En mi opinión, este material se destaca en el objetivo de crear *Sociedad*, en el sentido propuesto por Frazier (1975), explicado al inicio de este artículo, en este caso, crear una atmósfera mediática que posibilite un lugar para las personas negras de clases sociales no subalternas a través de dos recursos: neutralizar el color de piel como marcador social y construir un *panteón negro* que haga las veces de prueba de las posibilidades de ascenso y de la superación del racismo.

Miremos algunos de los contenidos de la revista en función de los temas abordados en este trabajo.

3.2.1 'Negro' y 'blanco': cuerpos opuestos

En la portada de la revista sale una fotografía de Lina Mosquera, Virreina Nacional de la Belleza en el 2008 en representación del departamento del Chocó. Allí también salen los títulos de lo que serán los principales temas del número especial:

²⁰Algo similar podemos decir para otras minorías como los gays y lesbianas que son integrados a la vida urbana especialmente a través del comercio y el consumo de servicios y bienes específicos.

“Belleza. Todo para mujeres claras y oscuras”, “pelo crespo o liso, cómo cuidarlo”, “Sexo, cama y racismo”, “Personajes destacados de raza negra” y una entrevista a la artista Ana Mercedes Hoyos.



Portada de la edición negra de la revista Fucsia, Febrero de 2009.

En un artículo titulado “el color de lo negro” José Gabriel Ortiz entrevista a la pintora bogotana Ana Mercedes Hoyos caracterizada en el artículo como de las pocas que “conocen tan bien el origen y la influencia que ha tenido la raza negra en nuestra cultura” (Fucsia, Febrero de 2009: 41) y haciendo alusión a su conocido trabajo sobre palenqueras y sobre los lazos y los moños de los vestidos de las niñas de San Basilio de Palenque. Aparece también su cuadro *Comercio triangular* que representa un mapa con las rutas de la trata esclavista.

Poner este artículo como encabezado en una serie sobre belleza negra genera varios efectos. El primero de ellos es reafirmar el carácter naturalizado de la categoría que se quiere abordar: la ‘raza negra’. Es sorprendente la insistencia en las revistas sociales y de farándula de hablar de ‘raza negra’ como una evidencia. En este caso, el tema de la belleza negra no es posible abordarlo fuera de un cuerpo, una piel, un cabello, un tipo físico cons-

truidos como evidentes. La estrategia emprendida es positivar al máximo ese abordaje naturalizado y defender el punto de vista de que los colores de piel no están jerarquizados, sino que hacen parte de una paleta diversa, como lo refuerza la artista entrevistada:

¿Por qué ahora mucha gente se refiere a los negros como afrodescendientes?

Pendejadas..., complejos; si los negros viven muy orgullosos de su color y de su raza, unos somos blancos, otros son amarillos, otros cobrizos y ellos bellamente negros. (Fucsia, Febrero de 2009: 43)

Porque para mí, la forma del cuerpo y las facciones de la raza negra son inconfundibles, únicas, definidas, de una gran fuerza y personalidad, y deliciosas de plasmar plásticamente. (Fucsia, Febrero de 2009: 43)

El otro elemento que aparece es un esteticismo sobre la cultura negra popular que va a jugar como contraste en el abordaje del número especial como un todo: las palanqueras, los pescadores, el mar, las palmeras y el palenque desaparecerán porque los demás contenidos se concentrarán en las modelos, los actores y actrices, la farándula, la moda, lo urbano y la política internacional con el tema ineludible de Obama.

Para mí este contrapunto pretende hacer un plano en el que ‘lo negro’ y ‘los negros exitosos’ que se presentarán posteriormente no están en el mismo cuadrante, aunque el mar, las palmeras y todo lo primitivo aparecen también en los cuerpos exitosos que aparecen después. Es decir, lo auténtico ‘negro’ está asociado a la ruralidad y la marginalidad, en este caso bellamente presentado en las pinceladas de ‘exitosos pintores blancos que pintan negros’.

En los otros materiales se profundizarán dos relatos sobre la gente negra: una neutralización del color y una naturalización de lo racial. Esa neutralización se refuerza en mezclar el color de la piel con el color negro de los objetos como si fueran lo mismo, es decir unas gafas negras es lo mismo que una piel negra. La discusión del color de piel como una categoría jerarquizada se diluye en los colores de las bases, de las sombras y del maquillaje, de la ropa y de los accesorios... el color de piel, de alguna manera, es convertido en un ropaje que puede ser valorizado, embellecido (corregido) a través de las técnicas adecuadas y los productos indicados.



Además de la extrema insistencia de la naturalidad de la belleza de la 'raza negra' hay dos referencias que aparecen constantemente: el desarrollo de la cosmética especializada norteamericana para personas negras y la insistencia en la especificidad y grado de especialización que se necesitan para tratar tanto la piel como el cabello. Como lo expresaron diversas entrevistadas, en el marco de esta investigación, en relación con los cuidados de belleza, conseguir quien les arregle el cabello es un problema, los peluqueros incluso buscan excusas para no hacerlo o aluden a que se necesita una experticia particular y eso sin hablar de procedimientos más específicos como el "alizer" y las extensiones (procedimientos frecuentados por mujeres negras de clase media) o las trenzas (asociadas más a mujeres o de sectores populares o de organizaciones políticas que quieren afianzar alguna modalidad de identidad étnica, como lo es también el uso de turbantes).

La idea de la 'raza' como algo evidente es reforzada por contrastes que muestran la especificidad del 'cuerpo negro'. El título de uno de los artículos recoge bien el contraste que se quiere hacer: "Negras y blancas. Pelos diametralmente opuestos".



Mujeres negras bendecidas con pieles impecables, siempre tonificadas.

Detrás de la arrolladora belleza de las mujeres negras está un código de matices que muy pocos saben manejar. (Fucsia, Febrero de 2009: 46)

3.2.2 "Negros que brillan"

Como mencioné, uno de los recursos utilizados en el número de esta revista es hacer una crónica de las figuras que destacan en la escena nacional. A propósito, quiero hacer alusión a dos artículos.



No bajar la guardia

- ✓ Las manchas son el principal enemigo de la piel negra y las mujeres deben saber que no pueden someterse a cualquier tipo de tratamiento láser, por ejemplo.
- ✓ La piel negra grasosa es doblemente grasosa. Las cremas con efecto matificante son las mejores aliadas contra esta condición.
- ✓ Es todo un arte encontrar la base adecuada para los diferentes tonos de piel negra, pero las posibilidades de lograrlo son cada vez más amplias.
- ✓ Las sombras oscuras, al contrario de lo que se piensa, se destacan sobre los ojos oscuros. Pruebe los tonos azul profundo, grises y otros.
- ✓ Para morigerar el brillo de la piel negra, lo mejor son los polvos, cuidando de escoger un color que vaya con el tono de la piel.



El artículo “negros que brillan” comienza así:

En el mundo los negros han alcanzado lugares de fama, reconocimiento y poder. Su liderazgo es indiscutible y su carisma especial. Desde la nueva primera dama de Estados Unidos hasta modelos como Iman, reflejan esa nueva energía. Colombia no es ajena a esto y en el panorama actual sobresalen algunos personajes negros por su trabajo y sus historias de vida. (*Fucsia*, Febrero de 2009: 56)



Pelo en dos tonos

- ✓ Las mujeres de raza negra deben aplicarse mascarillas que ayuden a suavizar su pelo, de por sí rebelde.
- ✓ El sol afecta el pelo de las negras lo mismo que el de las blancas. El uso de una crema especial para protegerlo es imperativo en el mar o en la piscina.
- ✓ Los champús que contienen extractos botánicos actúan como una barrera natural contra los agentes oxidantes.
- ✓ El mandamiento de las mujeres negras: no abusar de los tratamientos para alisar so pena de que su pelo luzca como un ‘rancho de paja’.
- ✓ El mandamiento de las blancas: no utilizar plancha sino en ocasiones especiales, éstas tienden a resecar el pelo y a volverlo quebradizo.
- ✓ El peinado ideal para las negras: el pelo suelto o con unas trenzas que destaquen su abundancia y brillo natural.
- ✓ El peinado ideal para las blancas: pelo suelto, con flequillo, o basado en un corte por capas.

El artículo se compone de 9 pequeñas biografías de “negros que brillan”, 2 estadounidenses, 2 ‘africanas’ y 5 colombianas, 2 de ellas de hombres:

Las biografías abren con Michel Obama, primera dama de los Estados Unidos y Condoleezza Rice, Ex Secretaria de Estado de ese mismo país. Estas dos mujeres adquirieron un lugar muy importante en las revistas sociales colombianas descritas como

signo de elegancia en la política, casi encarnando la norma como se ve en esta imagen de la Revista *Caras* de abril-mayo de 2008.



“Condoleezza Rice mueve los hilos de Estados Unidos y del mundo, vestida siempre como si fuera a aparecer en la portada de una revista de moda. Es una mujer sensual, elegante e imponente”

“La ‘Señora O’, además de ser catalogada por la revista *Vanity Fair* como una de las mujeres mejor vestidas del 2008, fue llamada la ‘Nueva Jackie Kennedy’ por la revista *People*” (Fucsia, Febrero de 2009: 57). La presentación de estas mujeres casi siempre recurre a la estrategia discursiva de compararlas con lo blanco sea ‘superándolo’, imponiendo un nuevo estilo como en el caso de Michelle Obama o ‘encarnando’ el canon como en el caso de Condoleezza Rice.

La imagen de estas mujeres de la política podemos entenderla de varias maneras. Podemos verla como una novedad en las representaciones de las personas negras, que usualmente salen en las revistas sociales, en las cuales se destacan las figuras de actores, actrices, modelos y cantantes. Podría ser otra novedad, el hecho de que aparezcan encarnando el deber ser del buen gusto. Ese lugar de la norma en contrapunto como una comparación con lo blanco, en este caso representado por Hillary Clinton, puede

ser también una manera de enfrentar a la imagen de una persona blanca que se viste mal y así enviar un mensaje de corrección: ‘hasta las negras se visten mejor que ella’. Por supuesto estos son subtextos emitidos desde mi mente “paranoica”. Finalmente, sobre este caso, cabe pensar que si miramos desde otro punto de vista, estos personajes políticos no son tan lejanos de los personajes de farándula en un momento en que la política también es un show mediático, y en el caso de las revistas sociales es común encontrar cubrimientos de temas políticos desde la perspectiva de la moda, de los eventos sociales y de los chismes.

Las otras dos biografías se refieren a dos famosas modelos de origen africano, la etíope Liya Kebede y la somalí Iman, que al contrario de las otras dos mujeres no son una novedad en este tipo de revistas según la revisión realizada. Iman aparece también destacada como una exitosa empresaria de la belleza que ha desarrollado líneas comerciales para mujeres de color. Tanto la estética como las notas están en la línea de lo ya descrito sobre la ‘belleza negra’.

Los personajes de Colombia que aparecen en esta selecta lista son: Paula Marcela Moreno Zapata, Ministra de Cultura; Luis Alberto Moore Perea,

Brigadier General de la Policía; Oscar Borda, actor de televisión y cine; Maura Orjuela de Caldas, dueña de la casa de banquetes Los Secretos de Maura de Cali (aunque en la revista aparece como ‘cocinera’); y la modelo Rosa Córdoba.

El listado comienza con dos funcionarios del Estado cuyo nombramiento fue señalado por algunos como ‘una pantalla’ del Gobierno de Álvaro Uribe para demostrar la inclusión de la población afrocolombiana en altos cargos, ante las presiones de congresistas afroamericanos en el proceso de negociación del TLC con Estados Unidos. En ese sentido, el *panteón negro*, como decía, juega como prueba de la inclusión racial. La semblanza del General Moore, con una carrera conocida y larga en el Estado Colombiano, arranca por describir sus orígenes múltiples (padre samario – hijo de dominicanos – y madre chocoana, por cierto exgobernadora del Chocó) y un caso de discriminación que experimentó cuando estaba haciendo el curso como piloto²¹. Luego hacen un resumen de su hoja de vida.

La semblanza de Paula Moreno arranca con la mención del año Obeso-Artel conmemorando “el nacimiento de dos grandes de la poesía negra en Colombia, Candelario Obeso, hace 160 años, y Jorge Artel, hace 100” (Fucsia, Febrero de 2009: 61). Para terminar, se refiere a algunas actividades de su gestión como Ministra. La mención de las personas negras que aportaron a la civilidad de este país es otro recurso de la construcción de *Sociedad*, y es un recurso usado también por la Fundación Color de Colombia. La cuestión aquí problematizada no es la visibilización de ese aporte, cuestión que considero políticamente necesaria, sino la manera como esa visibilización juega como afianzamiento de la ideología del ‘ven que sí podemos’. Ese elemento ideológico visibiliza los logros y aportes de personas de manera individual, a la vez que los hace aparecer paradójicamente como si fueran logros de grupo con los que todas las personas negras se pudieran identificar. Por otro lado, el refuerzo del mérito indi-

vidual los invisibiliza como grupo subordinado con problemas de discriminación particular: ‘si ellos pudieron, todos pueden’.

El personaje presentado a continuación es el actor quibdoseño de cine y televisión Oscar Borda. El dato con el que inicia su presentación es una remembranza de la interpretación de Ronald Ayazo en la telenovela *la Pezuña del diablo*²², en la que el actor blanco-mestizo representaba a un cimarrón. Para encarnar ese papel el actor era maquillado para parecer ‘negro’. Se pregunta el actor “¿Cómo iba a ser posible que en este país de 30 millones de personas, no hubiera un hombre de ascendencia afro capaz de hacer ese papel?” (*Fucsia*, Febrero de 2009: 63), pregunta que recuerda la reciente polémica (agosto de 2009) suscitada por la adaptación colombiana de la serie norteamericana *Grey’s Anatomy* en la cual fueron sustraídos para la versión colombiana varios de los personajes negros que aparecen en la serie, argumentando, entre otras cosas, que en Colombia no había muchos médicos negros²³. El caso suscitó la publicación de varios comunicados: en primer lugar de la Organización Cimarrón y posteriormente del Proyecto Color, suscitando nuevamente el debate por la exclusión de actores y actrices negras como protagonistas de novelas y series por fuera de los estereotipos raciales que los pusieron casi siempre como personajes secundarios, desempeñando el rol de empleados domésticos o asociados al mal, el diablo o las brujas.

Aparece la cuota étnica del elenco con la “cocinera” Maura Orejuela, presentada como la ‘reina africana’ de la Feria de Cali. “Cocinera” es el nombre dado por la publicación al oficio desempeñado por Orejuela, normalista, gestora cultural, dueña de la casa de banquetes *Los secretos de Maura*²⁴ y fundadora de *Secretos del Mar*; uno de los primeros restaurantes de comida del Pacífico, específicamente guapireña, en la ciudad de Cali, “ciudad que para esa época, 1976, poco conocía de las propiedades que el pescado y los mariscos traían en su interior.

²¹Narrar un caso de discriminación es una excepción del número. El caso se refiere a un compañero del curso de piloto de Moore quien manifestó públicamente cuando Moore terminó con honores el curso de Piloto que “si el negro Moore era piloto él podía ser astronauta” (Material de campo, celebración del día de la afrocolombianidad en la Casa del Valle del Cauca, mayo de 2008).

²²Serie histórica producida por RTI en 1983, bajo la dirección de Julio Jiménez.

²³Es llamativa esta información si tenemos en cuenta que las profesiones liberales, incluida la medicina, han sido fundamentales en el proceso de ascenso social de familias negras en Colombia (Ver Viveros y Gil, 2010)

²⁴Invitada varias veces como chef en el Hotel Tequendama y el Club El Nogal en Bogotá.

'La veían como cocina de negros. Como comida que olía fuerte'.²⁵ Ahora es común encontrar esa oferta gastronómica en la ciudad y los caleños pueden acceder a los manjares venidos de sus vecinos del Manglar, como comenta un artículo publicado en la revista Soho en septiembre de 2007 titulado *Cómo entender... lo que comen*: "Para los caleños arrechos, la Negra Maura preparaba en Los Secretos del Mar el tumbacatre y el parapicha, preámbulo indispensable para satisfacer otros apetitos"



Caricatura de "Matador" revista Soho, Septiembre de 2007²⁶

Finalmente, cierra el grupo la modelo antioqueña Rosa Córdoba, enfermera graduada con estudios incompletos en Lenguas extranjeras, Administración y Finanzas que decidió abandonar al iniciar una carrera en el modelaje en el año 2002 y que ha trabajado con Esteban Cortázar, Escada, Jean Paul Gaultier y Valentino.

No deja de ser interesante la selección y sobre todo la ausencia de figuras públicas de la política como Piedad Córdoba y María Isabel Urrutia, o las cantantes Totó La Momposina y Petrona Martínez,

asimismo no apareció ningún deportista. Al parecer la selección se centró en personajes 'más urbanos', menos marcados étnicamente, y evitó destacar personajes demasiado polémicos políticamente. La selección supone escoger determinados elementos para representar la *Negro Society*.

Después del interesante artículo de Arnoldo Mutis titulado *sexo y racismo* en el que se controvierten los estereotipos sobre el tamaño del pene de los hombres negros²⁷ cierra la serie el artículo *Afroamericanos en la gran pantalla* de Laura Samper, el cual encabeza así "para conmemorar la posesión del primer presidente de color en la Casa Blanca, FUCSIA hace una lista de los seis actores afroamericanos más reconocidos de todos los tiempos" (Fucsia, Febrero de 2009: 70). Un tema político convertido en un tema de farándula. Como mencioné, Barak Obama y su familia ha tenido una creciente presencia en las revistas sociales y de farándula.

Los actores presentados son: Morgan Freeman, Sidney Poitier, Denzel Washigton, Samuel L. Jackson, Will Smith y Halle Berry, la única actriz que aparece en el elenco sobre un letrero que dice "Hollywood ha permitido desarrollar exitosas carreras a hombres y mujeres de ascendencia afro".

También encontramos unas recomendaciones de música y libros. La primera hecha por Álvaro Roa, a la cabeza de la cadena de tiendas Tango Disco, seleccionó los discos: *Legend* de Bob Marley, *The savoy years* de Jimmy Scott, *Soul* del cantante de origen nigeriano Seal, *Bebo* de Bebo Valdez y *25th Aniversary Thriller* de Michael Jackson. En una letra ínfima en una esquina aparece este letrero "Fucsia recomienda: Escuchar Gualajo, Totó La Momposina, Etelvina Maldonado y Petrona Martínez", quizá para solucionar que el invitado no pusiera en su top 5 algún trabajo de cantantes afrocolombianos. La segunda lista de recomendados la hizo la librera Adriana Laganis, dueña de la librería ArteLetra y fue así: *Raíces* de Alex Haley, *Los condenados de la tierra* de Frantz Fanon, *Changó el gran putas*

²⁵http://medellin.vive.in/restaurantes/medellin/home/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_VIVEIN-4463501.html Consultada septiembre 3 de 2009. Y: http://www.eltiempo.com/culturayocio/gastronomia_vivein_eltiem/home/maura-guardiana-de-los-sabores-del-pacifico-en-la-cocina-de-leo_4524827-1

²⁶http://www.soho.com.co/wf_InfoArticulo.aspx?IdArt=5994

²⁷No me detendré en este argumento que se desvía del tema de este capítulo del trabajo. El artículo es un contraste entre los artículos exotizantes de lo negro que se encuentran en este tipo de publicaciones, aunque 'se le escapan' varias frases paternalistas y prejuiciosas.

de Manuel Zapata Olivella, *Las armas milagrosas* de Aimé Césaire y *Los Jacobinos negros* de C.L.R. James

Podemos considerar que la gama de piezas presentadas por Fucsia es amplia: moda, personajes, libros, música, cuidados de belleza. De todas maneras, el elemento que los une es el mercado: son cosas para comprar: ropa, maquillaje, implementos de cuidado de belleza, tratamiento, libros, música, cultura negra y hasta estilos de vida, representado en los perfiles de ‘negros exitosos’. No hay ningún elemento, lo cual no es nada sorprendente, que se refiera de manera precisa a la situación social de la población negra en el país. Incluso haciendo menciones sobre el racismo, el único artículo que profundiza el argumento se refiere al ámbito privado del sexo.

Parece paradójico, pero a pesar de la insistencia de este trabajo de mostrar las contradicciones en la vida cotidiana entre raza y clase pareciera que la posibilidad más visible de integración social de las personas negras a la vida nacional es a través de la clase, del consumo y del mercado. Efectivamente, la cultura y el legado afrodescendiente son capitalizados selectivamente como un patrimonio público, y esa capitalización pareciera ser un simple *target* de consumo en potencia, que pretende poner en la publicidad imágenes con las que se puedan identificar las personas negras con capacidad de consumo y así suplir el defecto ‘aspiracional’ (Ishibashi 2003; Viveros, 2004), que otras representaciones sobre lo ‘negro’ no cumplen.

4. Enclasmiento, belleza y ‘éxito negro’

La clase social se encarna en cuerpos concretos y los cuerpos no son neutros, son marcados: por edad, por sexo, por color de piel, por género. Las marcas de clase, es decir, aquellos signos visibles que permiten identificar ‘quién se es en el orden económico-social’ incluyen no sólo aspectos externos como cierto tipo de accesorios, ropa de determinadas marcas, autos, casas, frecuentar ciertos lugares, ir a teatro o a la ópera, sino también un tipo de cuerpo: que se mueve de determinada manera, que tiene ciertos modales, que tiene tal color de piel. El

cuerpo es fundamental entonces para ‘tener clase’. Si el *capital cultural* es fundamental en la definición de la posición de clase, “la mayor parte de las propiedades del capital cultural pueden deducirse del hecho de que, en su estado fundamental, está *ligado al cuerpo y supone la incorporación*”²⁸. (Bourdieu, 2006:196)

Existen en el mercado tecnologías y productos tanto para quienes tienen ya terreno ganado y deben mantener su posición, como para quienes no tienen el cuerpo adecuado para esa posición; a ese tipo de inversión parecen corresponder las ofertas específicas de productos de belleza para personas negras.

Las dos primeras partes aquí presentadas parecen ser correlatos de una misma idea que está en la frase de Fanon que encabeza este capítulo: “para el negro, sólo hay un destino. Y ese destino es blanco” (1968:6). Por un lado, el libreto fantasioso del éxito negro se concentra en resaltar la excepcionalidad: el ascenso social y la pertenencia a la clase media y alta no es ‘natural’ de lo ‘negro’, es un accidente propiciado por la fortuna, la casualidad o un esfuerzo y sacrificios inusuales. Por el otro, el concepto de ‘belleza negra’ parece centrarse en la idea de la *blanquitud* como *capital cultural incorporado*. Luego, ambas se orientan a que el blanqueamiento es una condición ineludible para ascender socialmente o para tener un lugar en la *Sociedad*. Vimos además que el concepto de ‘belleza negra’ se concentra también en reforzar la naturalidad de las diferencias raciales.

La propuesta de la *Fucsia negra*, claramente un número especial, hace un intento de cambiar las representaciones sobre las personas negras, recurriendo a la posibilidad de crear una *Negro society*. Como explicamos, ese intento implica neutralizar las diferencias raciales, ofrecer las pruebas de la inexistencia del racismo con personajes ejemplares y exitosos e insistir en el carácter meritocrático del resultado de la ubicación en el orden de clase, cuestión que refuerza la ideología de la democracia racial, resumida por Viveros y Cifuentes de la siguiente forma: “como un orden social que afirma la igualdad entre los ciudadanos independientemente de su pertenencia étnica y racial” (2010:199).

²⁸Cursivas mías.

Finalmente, quisiera resaltar un elemento que valdría la pena seguir profundizando. En esta indagación sobre la belleza negra y sobre las relaciones entre raza y clase en las revistas sociales: la existencia de una 'carga de representación' para las mujeres. Es decir, las mujeres negras estaban sobre-representadas en el universo que observé. Quisiera visibilizar más esa 'carga de representación' tanto para 'representar al grupo' como para mostrar 'la distinción' en el encuentro en este caso entre raza y clase.

A propósito de esta cuestión, Curiel (2010) mencionaba en una entrevista cómo las mujeres en las representaciones contemporáneas multiculturales generalmente tienen el peso de representar la cultura a través de los vestidos, la conservación de la lengua y ciertas formas de feminidad. Es decir, como si 'la cultura' pudiera hacerse visible a través de la exaltación de ciertas normas de género. Cunin (2003), por su parte, observó también esta centralidad de figuras femeninas para encarnar diferencias raciales y étnicas, en este caso en Cartagena. Al considerar figuras femeninas emblemáticas como La India Catalina y la Palenquera la autora comentaba: "uno asiste a una feminización del atributo étnico, parece que los

arquetipos raciales sólo puedan expresarse a través de la mujer" (1999: 126).

Creo que tanto los cuerpos femeninos como los masculinos son racializados, la cuestión sería más bien preguntarse en qué se diferencia cada racialización. Pensando en esa especificidad, podríamos pensar también que el concepto 'belleza negra' encarnado en el cuerpo de las mujeres negras no está tan alejado de las representaciones sexualizadas de las que son objeto y que aparecen en una cadena lógica donde encontramos otro eslabón: el acoso sexual, que si bien no fue explorado en este artículo sí fue un tema clave en las experiencias de discriminación racial para las mujeres en el trabajo en general que aquí se referencia (Gil, 2010). Consideremos que el concepto 'belleza negra' no es unívoco y en ese sentido a parte del análisis más bien crítico que vengo haciendo podría ser un recurso de orgullo racial. Pero en esta potencialidad tengo también preguntas. Si dejamos el plano de género y sexualidad y lo miramos desde el punto de vista racial nos encontramos con una cierta exaltación de lo mulato, cuestión que hace ambigua la valoración de lo negro y que nos hace pensar también en la fuerza del capitalismo en despolitizar y mercantilizar.

BIBLIOGRAFIA

- BACHOLLET, R. et al. (1992) *Negripub, l'image des noirs dans la publicité*. prefate de kofi yamgnane. Editions de l'amateur. Paris.
- BASTIDE, R. (1970). *El prójimo y el extraño*. Amorrortu, Buenos Aires.
- BOURDIEU, P. (2006) [1979]. "Los estados del capital cultural". En : *Campo del poder y reproducción social. Elementos para un análisis de la dinámica de clases*. Ferreyra Ed. Colección Enjeux. Córdoba. Argentina. Pp. 195-202.
- CUNIN, E. (2003). *Identidades a flor de piel. Lo "negro" entre apariencias y pertenencias: categorías raciales y mestizaje en Cartagena*. ICANH. Uniandes. IFEA. Bogotá.
- _____, E. (1999). "Relaciones interétnicas, procesos de identificación y espacio urbano en Cartagena". En: IV Seminario Internacional de Estudios del Caribe. Memorias. Instituto Internacional de Estudios del Caribe, Universidad del Atlántico, Bogotá.
- CURIEL, O. (2010). « Heterosexualidad y nación ». Entrevista para el sitio web del Centro Latinoamericano de Sexualidad y Derechos Humanos (CLAM). www.clam.org.br.
- DE LA CADENA, M. (2004). *Indígenas Mestizos: Raza y Cultura en el Cusco*. Instituto de Estudios Peruanos (IEP). Lima.
- DORLIN, E. (2006). *La matrice de la race. Généalogie sexuelle et coloniale de la nation française*. París: La Découverte.
- FANON, F. (1968) [1952]. *Piel Negra Máscaras Blancas*. Instituto del Libro. La Habana, Cuba.
- FIGUEIREDO, A. (2003). *A classe média negra não vai ao paraíso: trajetórias, perfis e negritude entre os empresários negros*. Tesis de Doctorado en Sociología. Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro.
- _____, A. (2002) *Novas elites de cor. Estudo sobre os profissionais liberais negros de Salvador*. UCAM. CEAA. Annablume. São Paulo.
- FRAZIER, E. F. (1975). *Black Bourgeoisie: The rise of a new middle class in the United States*. Collier Macmillan Publishers. London.
- GIL, F. (2010). *Vivir en un mundo de blancos. Experiencias, reflexiones y representaciones de 'raza' y clase de personas negras de sectores medios en Bogotá D.C.* Tesis para optar por el título de Magíster en Antropología Social. Departamento de Antropología. Universidad Nacional de Colombia.
- _____, F. (2008). "Racismo, homofobia y sexismo. Reflexiones teóricas y políticas sobre interseccionalidad", en: Wade et al. *Raza, etnicidad y sexualidades: ciudadanía y multiculturalismo en América Latina*. Universidad Nacional de Colombia, Universidad del Valle, Centro Latinoamericano de Sexualidad y Derechos Humanos. Pág. 485-512.
- ISHIBASHI, J. (2003). "Hacia una apertura del debate sobre el racismo en Venezuela. Exclusión e inclusión estereotipada de personas "negras" en los medios de comunicación, en Daniel Mato (coord.), *Políticas de identidades y diferencias sociales en tiempos de globalización*. FACES- UCV. Caracas. pp 33-61.
- MOUTINHO, L. (2001). *Razão, "cor" e desejo*. Unesp. Rio de Janeiro.
- TEIXEIRA, M. De P. (2003) *Negros na universidade. Identidade e trajetórias de ascensão social no Rio de Janeiro*. Pallas. Fundação Ford. Rio de Janeiro.
- URREA, F., RAMÍREZ, H. F. y VIÁFARA, C. (2001). *Perfiles sociodemográficos de la población afrocolombiana en contextos urbano-regionales del país a comienzos del siglo XXI*. CIDSE- UNIVALLE. Cali.
- URREA, F., VIÁFARA, C. y RAMÍREZ, H. F. (2005). "Pobreza y Minorías Étnicas en Colombia: un Análisis de sus Factores Determinantes y Lineamientos de Política para su Reducción", *Misión para el diseño de una estrategia para la reducción de la pobreza y la desigualdad*, Departamento Nacional de Planeación (DNP). p.128.
- VIVEROS, M. (2004). "Nuevas formas de representación y viejos estereotipos raciales en los comerciales publicitarios colombianos". En: V. Lavou Zoungbo and M. Viveros Vigoya, *Mots por Nègres, Maux de Noir(e)s. Enjeux socio-symboliques de la nomination des Noir(e)s en Amérique Latine*. Centre de Recherches Ibériques et Latino-Américaine Univeristé de Perpignan. Perpignan. Pp. 79-99.
- _____, M. (2002). *De quebradores y Cumplidores*. CES. Universidad Nacional de Colombia. El mal Pensante. Bogotá.
- _____, M. y CIFUENTES, A. (2010) "Une rebellion inachevée. Le projet politique des afrocolombien. ne.s ». *Revista Multitudes No 40*. Paris. Pp. 194-203
- _____, M. y GIL, F. (2010) "Género y generación en las experiencias de ascenso social de personas negras en Bogotá". *Revista Maguaré*. En prensa.