

# A violencia da representación: a herdanza do discurso colonial nas imaxes contemporáneas das mulleres negras

Ana Bringas López

Departamento de Filoloxía Inglesa, Francesa e Alemá

Universidade de Vigo

abringas@uvigo.es

**RESUMO.** O modo habitual de representación das mulleres negras na cultura occidental contemporánea é herdeiro directo dos discursos forxados durante o colonialismo pola antropoloxía e a ciencia, conducentes a lexitimar a conquista e a dominación dos territorios e pobos non europeos. Estes discursos situaron África nun primitivismo atávico e animalístico, fronte á civilización e o progreso que representaba Europa, e estableceron un modo de representación das colonias baseado na erotización do territorio a través da sexualización das mulleres. As mulleres negras foron así conceptualizadas como posuídores dunha sexualidade hiperbólica e incontrolada, que representaba unha tentación insuperábel para o home branco.

Hoxe en día, as mulleres negras continúan atrapadas na violencia simbólica deste discurso pornotrópico, ao seren representadas mediante estratexias que inciden na nudez e na sobreexposición do corpo. O seu corpo non é unicamente hipersexualizado senón tamén mercantilizado, por exemplo na linguaxe publicitaria, ao ser identificado con produtos de consumo nun exercicio de deshumanización e cousificación. Esta violencia simbólica perpetúa e lexitima estereotipos que están na base de prácticas violentas contra as mulleres negras, como pode ser a prostitución, o turismo sexual ou mesmo a exclusión do discurso nacional nas sociedades multiculturais contemporáneas.

**PALABRAS CLAVE:** violencia simbólica, racismo, sexismo, poscolonialismo, publicidade

Este artigo revisa as representacións visuais contemporáneas do corpo feminino negro como unha forma de violencia simbólica herdada do discurso colonialista europeo, que fica lonxe de estar superado no mundo poscolonial e globalizado que habitamos. O meu estudo desenvolveuse inicialmente no marco dun proxecto de investigación titulado "Violencias 'invisíbeis': intervencións feministas fronte á violencia estrutural e simbólica na cultura patriarcal", que foi financiado pola Cátedra Caixanova de Estudos Feministas da Universidade de Vigo. Este proxec-

to partía da premisa de que “a violencia sexista e a orde simbólica da representación [son] o xermolo real das violencias físicas e psicolóxicas contra as mulleres” (Martín Lucas 2010: 11), polo que se fai urxente actuarmos neste ámbito do simbólico e da representación para pórmos en evidencia o sexismo das prácticas de representación que están naturalizando patróns culturais misóxicos e profundamente violentos contra as mulleres.

Nas últimas décadas, unha parte importante dos traballos académicos no eido dos estudos culturais téñense centrado na cuestión da representación, por ser esta unha práctica fundamental na produción de cultura. Se a cultura consiste en significados compartidos, resulta crucial analizar como e onde se producen eses significados e dende que coordenadas se interpretan e se fan circular a través das diversas prácticas culturais. O significado é o que nos proporciona a nosa identidade individual e colectiva, o que marca quen somos nós e quen son as outras, e tamén serve para establecer as normas e convencións polas que se rexe a vida en sociedade. Porén, o significado non é algo que preexista de forma fixa e inmutábel, senón que son as prácticas de representación as que o fixan, o fan estábel e homoxéneo e o naturalizan, de xeito que, a forza de repetirse unha determinada forma de representación, ésta acaba por se converter nunha “verdade” de sentido común. Neste senso, os estereotipos funcionan como unha clave de control social, ao naturalizaren as relacións de poder e estableceren unha fronteira simbólica entre a “normalidade” e a “desviación”, o “aceptábel” e o “inaceptábel”, o que “pertence” e o “Outro”, nós e elas (Hall 1997: 258).

A idea central que podemos destacar das imaxes que iremos vendo ao longo deste traballo é que éstas representan e perpetúan o que a autora nixeriana Chimamanda Ngozi Adichie denomina “o relato único” sobre África e as súas xentes (2009). Este relato único, que constrúe África e as persoas negras dun xeito reducionista e estereotipado, ten as súas orixes na época colonial, cando o discurso colonial europeo comezou a representar os suxeitos colonizados “como corpo e non como mente, do mesmo xeito que se ve ao mundo colonizado como materia prima e non como elaboración ou actividade mental” (Shohat e Stam 2002: 152). Fronte ao mito do “bo salvaxe” de Rousseau, que idealizaba a vida “primitiva” como un estado de nobreza e liberdade non limitada polas cargas da civilización, o mito oposto construíu África como o paradigma da degradación moral e a antítese da sofisticada cultura europea. Alén diso, coa expansión colonial asentouse unha visión das sociedades non europeas que conceptualizaba os outros pobos non só en virtude das súas diferenzas socioculturais e xeográficas, senón como situados nunha escala temporal e evolutiva anterior á avanzada Europa. África, en particular, converteuse no paradigma do que Anne McClintock denomina “espazo anacrónico” (1995: 40), un espazo situado fóra do tempo e da historia, habitado por bruxos, canibales e salvaxes. Así, mentres Europa continuaba o seu inexorable avance cara ao progreso material e cultural, África sobrevivía anacronicamente, estancada nunha zona temporal distinta que non evolucionaba. Este darwinismo social serviu de xustificación científica ao capitalismo colonial. Deste xeito, a violencia simbólica da antropoloxía e da ciencia lexitimou culturalmente a violencia real e física exercida contra os suxeitos colonizados, unha violencia que se traduciu en agresións extremas

como o xenocidio e a escravitude, envoltas nunha retórica civilizadora e cristianizadora duns pobos salvaxes e paganos que Europa viña salvar.

Naquela altura, Europa contaba xa cunha longa tradición de identificar os pobos non europeos a través da fisionomía monstruosa ou o comportamento sexual das mulleres (Morgan 2002: 39). Esta tradición, que se remonta a autores da antigüidade clásica como Homero, Herodoto ou Plinio o Vello, está presente nas narrativas de viaxes que recolleron os primeiros encontros coloniais en África e as Américas. Estes relatos estableceron un modo de representación baseado na erotización do territorio a través da sexualización das mulleres, o que McClintock denominou a “tradición pornotrópica” (1995: 22). Así, África (e tamén outros continentes, como Asia e as Américas) era representada como monstruosamente erotizada, un espazo sobre o cal Europa podía proxectar os seus desexos e medos sexuais prohibidos. Como observou o psiquiatra anticolonial martiniqueño Frantz Fanon (1967), as europeas/os utilizaron África como un espello social, proxectando sobre ela características que descubrían en si mesmas/os pero que lles parecían rexeitábeis, como o desexo sexual, a irracionalidade ou a falla de control. Esta transferencia permitíalles fantasear coa idea do abandono sexual completo mentres continuaban vivindo baixo o xugo vitoriano da represión sexual. A tradición pornotrópica pódese observar nesta postal colonial italiana de comezos do século XX (fig. 1), pero tamén en representacións moito máis recentes, coma a fotografía da modelo somalí Imán realizada por Helmut Newton para a revista *Vogue* en 1989 (fig. 2):



fig. 1



fig. 2

Dende os primeiros contactos entre Europa e África, os corpos das africanas foron descritos como monstruosos; a súa nudez, coa exhibición de peitos e xenitais —percibidos como animalísticos, grotescos e excesivos—, serviu de apoio á visión de África como salvaxe e incivilizada, e dos seus habitantes como máis próximos aos animais ca aos seres humanos. Consagrouse así un discurso europeo sobre a feminidade negra baseado nunha concepción do corpo negro en termos antagónicos: desexábel e ao mesmo tempo repulsivo; dispoñíbel pero intocábel; produtivo e reprodutivo; feroso aínda que negro (Morgan 2002: 39). Ningún caso ilustra mellor estas cuestións que o da chamada “Venus Hotentote”, unha muller Khoi Khoi (orixinaria da actual Suráfrica) coñecida polo seu nome europeo, Sara Baartman, que a comezos do século XIX foi exhibida seminúa en Inglaterra e Francia como un monstro de feira (fig. 3). O seu atractivo residía sobre todo nas súas prominentes nádegas, que producían

unha reacción ambivalente no público, ao tempo atraído e repelido polo seu físico. As nádegas de Baartman convertéronse no símbolo da diferenza racial e no significativo da fealdade do corpo feminino negro, caracterizado, por oposición ao branco, como grotesco, estraño, pouco feminino, lascivo e obsceno (Hobson 2003: 87).

A través do discurso da ciencia, xa que logo, a "monstruosidade" de Baartman, e doutras mulleres coma ela, serviu para naturalizar a diferenza racial, establecendo a liña de determinación entre o biolóxico e o social e prescribindo así a superioridade moral de Europa sobre África. A fascinación pola anatomía "anormal" das mulleres negras e, en particular, polos seus cus prominentes segue intacta hoxe en día, como se pode comprobar na fotografía da modelo Toukie Smith realizada polo fotógrafo francés Jean-Paul Goude en 1981:<sup>1</sup>



fig. 3



fig. 4

O sistema escravista, que se prolongou durante varios séculos, afianzou a obxectificación, explotación e sobreexposición dos corpos das mulleres negras, que eran exhibidas totalmente espidas nas poxas onde os escravistas examinaban sen ningún pudor se éstas se axeitaban ás demandas produtivas e reprodutivas do sistema. Na sociedade escravista a muller negra identificouse así cos praceres dunha sexualidade prohibida e o seu papel definiuse como o de concubina, sedutora ou prostituta. A súa hipersexualización, plasmada no estereotipo da promiscua Jezabel, sempre dispoñíbel sexualmente, serviu para racionalizar e xustificar os abusos sexuais perpetrados polos escravistas, xa que estes se exculpaban a si mesmos aludindo á agresividade sexual das escravas. Como afirma a teórica feminista afroamericana bell hooks, nos corpos das mulleres negras violadas durante a escravitude conflúen os discursos racista e patriarcal para afirmar a dominación do home branco sobre o resto de grupos humanos da sociedade escravista: a violación das mulleres negras afirmaba a dominación

1 Goude (n. 1940), que recoñece a súa fascinación polas mulleres negras e as súas nádegas, é autor de numerosas fotografías que plasman a súa visión fetichista mediante a manipulación das imaxes para esaxerar os atributos das súas modelos, como na súa famosa serie *Jungle Fever* (1981), á que pertence a imaxe da fig. 4, onde o traseiro da modelo afroamericana Toukie Smith foi manipulado para que semellase a cruz dos cadrís dun cabalo. A fetichización do cu das mulleres negras é o elemento central na hipersexualización das mulleres negras nos vídeos musicais da cultura rap contemporánea (ver Bello Mota 2010).

racial do home branco tamén sobre o home negro e asemade humillaba e degradaba a muller branca, afirmando así a dominación falocéntrica dentro da propia Casa Grande (1990: 59). Doutra banda, a violación satisfacía tamén as demandas reprodutivas do sistema, xa que dela se derivaba un aumento natural da forza de traballo que se fixo aínda máis importante trala abolición da trata, cando a renovación e aumento da poboación escrava pasaron a depender en exclusiva da reprodución natural. Deste xeito, a importancia do control da fertilidade das escravas reforzou a súa animalización, xa que o seu valor monetario no mercado dependía da súa capacidade para reproducirse.

En suma, dende os primeiros contactos entre Europa e África, as mulleres negras foron conceptualizadas como o significativo do primitivismo e a inferioridade da "raza" negra; foron obxectificadas no marco dunha sexualidade animalística e descontrolada e reducidas a unha corporeidade sobre a cal non se lles permitía o máis mínimo control; finalmente, os seus corpos espidos estiveron historicamente sobreexpostos á mirada masculina. A continuación analizarei algúns exemplos significativos de como estes discursos continúan a subxacer ás representacións visuais das mulleres negras na actualidade. As imaxes que vou utilizar a modo de ilustración proceden na súa maioría do ámbito da publicidade. Os medios de comunicación, e en particular a publicidade, son poderosos axentes de socialización que transmiten os códigos de conduta e os modelos sociais dos grupos dominantes. Na medida en que os obxectos cotiáns (e tamén as persoas e as culturas) adquiren un valor simbólico a través da publicidade, o discurso publicitario convértese nunha ideoloxía autoritaria, sendo un dos discursos sociais que máis contribúe á fixación de significados e á construción de estereotipos. De aí a importancia de analizarmos criticamente este influente ámbito do simbólico.

Basta unha ollada superficial ás representacións visuais contemporáneas para nos decatarmos de que apenas existen imaxes normalizadas das mulleres negras, senón que éstas son herdeiras do discurso do primitivismo forxado durante a etapa colonial. Lisa Collins (2002) afirma que as mulleres negras foron historicamente representadas na arte mediante unha combinación de exotismo e erotismo, e esta é, sen dúbida, a principal estratexia que se observa nas imaxes contemporáneas. As mulleres adoitan aparecer núas ou seminúas, como índice claro da súa condición fundamentalmente sexual. Ademais, no caso dos anuncios publicitarios, a muller adoita estar identificada cun produto de consumo asociado ao pracer (café, chocolate, ron, licor, tabaco etc.). A identificación da muller co produto deshumanízaa e convértea nun mero ben de consumo sexual capaz de proporcionar pracer ao potencial consumidor (fig. 5 e 6). Estes produtos, ademais, son os froitos da colonización (en África ou en América), polo que identificar o produto co corpo negro (das persoas que os produciron e producen) constitúe un exercicio de nostalgia que continúa a situar a empresa colonial no centro da construción da identidade "nacional", ao tempo que pasa por alto calquera tipo de reflexión ou de asunción da responsabilidade metropolitana polo pasado colonial e escravista:

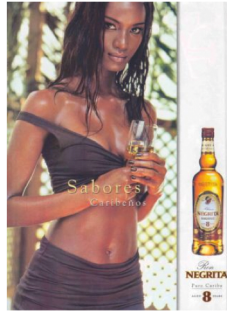


fig. 5



fig. 6

Esta nostalgia é máis que evidente nos anuncios desta campaña española de Ducados (fig. 7 e 8), situados en Cuba e baseados en fotografías realizadas en branco e negro, cunha decidida estética colonial. Obsérvase, ademais, o foco no traseiro das mulleres no anuncio da figura 8:

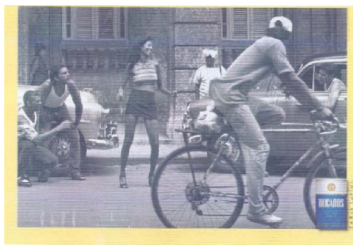


fig. 7

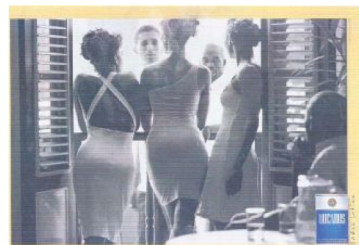


fig. 8

Estes anuncios de Ducados son exemplos tamén da tradición pomotrópica na súa feminización da nación. Este tropo patriarcal, que utiliza os corpos das mulleres como metáfora da terra e da patria (Martín Lucas 2010: 47), serviu de base tamén para o colonialismo e o imperialismo, e hoxe en día, continúa vixente nas propias nacións poscoloniais. Así, os países caribeños promocionan no estranxeiro os seus atractivos turísticos identificando a nación cunha "mulata", unha muller que no imaxinario popular occidental encarna o estereotipo da sensualidade tropical, o que leva cada ano a miles de turistas ao Caribe no que se coñece como "turismo sexual" (fig. 9 e 10):



fig. 9



fig. 10

Ponencia

A violencia da representación: a herdanza do discurso colonial nas imaxes contemporáneas das mulleres negras

Dun xeito semellante, a identificación colonialista da muller co produto funciona noutros anuncios que explotan a vinculación entre erotismo e exotismo para vender artigos de luxo:



fig. 11



fig. 12



fig. 13

Nestes anuncios a nudez da modelo é estritamente superflua, pero resulta básica para evocar as asociacións entre a negritude e a animalidade primitivista (identificando a pel negra da muller coa pel dos bolsos, fig. 11) e a sensualidade (fig. 12). No caso do anuncio de Vuitton (fig. 13), a identificación entre a muller e o territorio parece moi evidente se temos en conta as cores da pel e da roupa da modelo e, moi especialmente, a súa postura, cos brazos e as pernas erguidas a modo de pirámides no deserto. Non é casualidade que a modelo aquí sexa Naomi Campbell, unha das modelos negras máis coñecidas e sexualizadas nos medios, onde a cotío aparece denominada como "a Venus negra".

Na mesma tradición pomotrópica podemos situar os anuncios que explotan o exotismo relacionado co misterio, a maxia e o perigo que occidente vincula coas culturas afrodescendentes<sup>2</sup>. Esta sería a estratexia do anuncio de Ron Cacique (fig. 14), onde, ademais, a muller é implícita e explícitamente identificada co produto como "reserva natural de Venezuela", máis un exemplo do tropo da feminización da nación. Porén, o misterio e o perigo conéctanse tamén a cotío coa sexualidade desinhibida e desmesurada, como se pode ver en anuncios coma os das figuras 15 e 16:



fig. 14



fig. 15



fig. 16

<sup>2</sup> Para as culturas cristiás o branco simboliza a virtude, a bondade, a pureza; pola contra, o negro, como antítese do branco, está cargado de connotacións negativas en relación á fealdade, o pecado, a suciedade e o mal. Isto está codificado na linguaxe e aínda hoxe en día continúanse utilizando expresións como "a ovella negra da familia", "lista negra", "humor negro" ou, como no anuncio da fig. 14, "maxia negra".

O anuncio de Tia Maria (fig. 15) recolle o estereotipo racista da Jezabel hipersexualizada cuxa agresividade sexual constitúe un perigo para o home branco, incapaz de resistir a tentación. As lapas da imaxe connotan o ardor sexual, pero tamén o inferno, o perigo e o mal. O anuncio de Magnum (fig. 16), onde non está presente o home pero si implícita a mirada masculina, xoga co mesmo estereotipo da muller negra como Jezabel, neste caso establecendo unha dicotomía, derivada do discurso do colonialismo e da escravitude, entre a feminidade branca, fermosa serena e asexual, e a feminidade negra, desbordada, paixonal e hipersexual. O consumo do xeadado que se anuncia conleva o perigo de sucumbir a unha posesión, con todas as connotacións demoníacas da palabra, na que a muller branca pode perder o control sobre si mesma e deixarse levar, aínda que sexa só temporalmente, por unha paixón máis propia doutra “raza”. Como sinala hooks, na cultura de consumo occidental, o encontro coa outredade está marcado como máis intenso e excitante, e tamén como máis perigoso, e é nesta combinación de pracer e perigo onde radica o seu atractivo. O encontro, aínda que sexa simbólico, co corpo racializado da Outra convértese nun rito de paso, nun terreo inexplorado no que reconstruír a norma masculina e autoafirmarse como suxeitos transgresores do desexo (1992: 24).

O imaxinario da escravitude, onde as persoas negras eran animalizadas e reducidas a meras bestas de carga cuxa forza de traballo se podía explotar sen rastro de humanidade, está aínda moi presente en moitas representacións, case sempre coas inevitábeis connotacións de hipersexualización. Así acontece nestas imaxes:



fig. 17

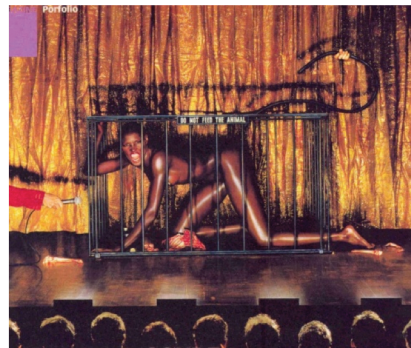


fig. 18

No anuncio de Moschino (fig. 17), a postura da modelo e o estampado animal da súa roupa suxiren unha sexualidade excesiva e animalizada. A figura 18 amosa máis un exemplo da obsesión do fotógrafo Jean-Paul Goude polo corpo feminino negro: nesta ocasión, o seu famoso retrato da modelo, actriz e cantante xamaicana Grace Jones pon en evidencia de xeito explícito a animalización da “raza” negra herdada do discurso colonial. A imaxe remitenos de maneira moi directa á figura histórica da desventurada Sara Baartmann, exhibida polas feiras de Europa nunha gaiola na que simulaba ser unha fera salvaxe para satisfacer as expectativas de espectáculo da sociedade europea de comezos do século XIX.

Nos últimos tempos, proliferan na publicidade as representacións que seguen o chamado “modelo multicultural” ou “modelo Benetton”, por ser ésta a empresa que o utilizou por vez primeira. Porén, estes anuncios participan dos mesmos discursos sexistas e racistas ca os outros, ben porque reducen as mulleres a unha mera icona racial estereotipada (fig. 19) ou porque continúan sobreexpondo o corpo feminino negro (e os outros corpos de mulleres que aparecen) á mirada allea, como acontece no anuncio de Dove da campaña “Pola beleza real” (fig. 20). Aínda que a estratexia publicitaria deste anuncio continúa a basearse na nudez, hai que recoñecerlle que é un dos poucos que contempla a muller negra como consumidora e que, ademais, pretende reivindicar a diversidade dos corpos femininos, que a publicidade adoita encorsetar dentro duns clichés moi restritivos. Porén, dentro da mesma campaña, Dove lanzou outro anuncio ben máis desafortunado (fig. 21), onde a posición das modelos na escala do antes ao despois transloce os estereotipos racistas que outorgan a beleza ás persoas de pel máis clara, asociando máis unha vez a negritude con fealdade e imperfección:



fig. 19



fig. 20



fig. 21

A empresa Benetton, creadora deste estilo de publicidade, lanzou a finais da década de 1980 unha serie de anuncios baseados no contraste branco/negro que acadaron gran popularidade. Hai que lle supor á empresa a boa vontade de querer promover a interacción multirracial e o bo entendemento entre xentes etnicamente diversas, aínda que fose con fins comerciais. Porén, algúns destes anuncios explotaban de xeito consciente estereotipos raciais ben asentados (como as mencionadas dicotomías branco = ben e negro = mal, fig. 22) ou adolecían dunha nula sensibilidade histórica (fig. 23):



fig. 22



fig. 23

Este último anuncio, que deshumaniza a muller ao fragmentar o seu corpo e focalizar a imaxe nos peitos, evoca claramente a escravitude, cando as mulleres negras tiñan o papel central de reprodutoras, tanto parindo crianzas propias que se converterían en escravas coma aleitando as crianzas das brancas. O anuncio foi prohibido nos Estados Unidos ao considerarse ofensivo para a comunidade afroamericana polo seu racismo. En cambio, noutros contextos como o español ou o italiano (lugar de orixe da empresa e da campaña), onde existe menos reflexión sobre a propia historia colonial e escravista, e tamén unha menor presenza social de persoas negras, o anuncio non suscitou ningunha polémica, como si fixeron algúns outros da mesma campaña.

A hipersexualización das mulleres negras subxace tamén a outro tipo de representacións, visualmente moi diferentes, que tamén apelan a un relato único sobre a África contemporánea: o dun continente desgarrado polas guerras tribais e vítima da seca e da miseria; unha África que precisa da axuda (da caridade disfrazada de solidariedade) das sociedades occidentais. Esta é a imaxe estándar de África que se proxecta nas pantallas dos telexornais e nas páxinas de xornais e revistas que falan do continente, pero tamén nos anuncios das ONGs que traballan na zona e que tratan de apelar ás consciencias do primeiro mundo (figs. 24 a 27). O corpo feminino negro adoita aparecer nestas representacións estilizado e con frecuencia fragmentado, destacando a súa función reprodutiva e amosándonos a distancia abismal entre “nós” e “elas”. A Outra segue sendo o modo en que afirmamos a nosa normalidade e o noso privilexio:



fig. 24



fig. 25



fig. 26



fig. 27

Estas representacións da nai africana apelan ao tropo do territorio feminizado (a Nai África): a través de imaxes de nais pobres que non poden dar de comer á súa numerosa prole —consecuencia implícita da súa sexualidade hiperbólica e incontrolada—, establécese metonimicamente que África non pode dar de comer á súa (irresponsabelmente excesiva) poboación. Pouco ou nada se di das causas que empobreceron o continente e que teñen moito máis a ver coa súa historia colonial e o actual neocolonialismo occidental que coa incapacidade intrínseca dos pobos africanos para se gobernaren.

Como se pode ver polas imaxes analizadas, as mulleres negras continúan atrapadas nos discursos coloniais que teñen rexido o pensamento occidental dende hai séculos. Do mesmo xeito que no colonialismo a violencia simbólica dos discursos racistas e sexistas da ciencia,

da antropoloxía e da filosofía se empregaron para xustificar a violencia real da explotación de seres humanos non europeos, hoxe en día as imaxes artísticas, publicitarias, xornalísticas ou caritativas tamén serven para perpetuar unha situación de desigualdade e de dominio. Mentres escribo este artigo, co gallo do Campionato Mundial de Fútbol que se está a celebrar en Brasil, novos anuncios publicitarios de todo tipo de produtos e eventos (cervexa, canles de TV, festas...) veñen engrosar o catálogo de representacións sexistas onde as mulleres negras, neste caso brasileiras, continúan a ser reducidas ao estereotipo pomotrópico da hipersexualidade (fig. 28, 29 e 30):



fig. 28



fig. 29

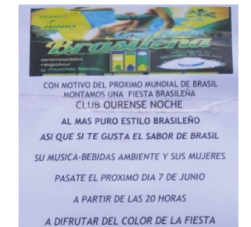


fig. 30

En paralelo, chegan a nós noticias estarrecedoras sobre o aumento da prostitución no Brasil do Mundial, mesmo da prostitución infantil, con miles de nenas nunha situación de exclusión e pobreza que non lles deixa máis saída que aproveitar a afluencia masiva de turistas que chegan ao país buscando algo máis que fútbol, tal como lles ofrece a publicidade (Ortega 2014; Riquia 2014).

Fica claro así que a violencia simbólica destas imaxes degradantes, ubicuas na cultura popular contemporánea, ten unha correlación directa coa violencia física e psicolóxica que sofren as mulleres, na medida en que as imaxes contribúen á fixación de significados racistas e sexistas que lexitiman ideoloxicamente a discriminación racial, a explotación económica e a subordinación de xénero. Como se demostra nas sociedades onde os colectivos étnicos minorizados foron historicamente máis numerosos e visíbeis, a interiorización dos estereotipos ten repercusións moi negativas na autoimaxe e na autoestima das persoas afectadas e constitúe un atranco para a súa participación normalizada nunha sociedade onde a “raza” branca continúa a ser hexemónica. Se temos en conta o papel fulcral dos medios de comunicación e da publicidade no proceso de fixación de significados culturais que compartimos como sociedade, urxe revirmos as estratexias de representación predominantes e tomarmos conciencia como sociedade de que a violencia simbólica destas imaxes —que para gran parte da poboación branca son o seu único contacto con outros grupos étnicos— se transforma nunha violencia moi real e cotiá para moitas mulleres. É urxente superarmos a herdanza do discurso colonial para que sexa posíbel construímos unha convivencia igualitaria en sociedades cada vez máis multiculturais.

## Bibliografía

Adichie, Chimamanda Ngozi (2009): "The danger of a single story". *Ted Talks*. [http://www.ted.com/talks/chimamanda\\_adichie\\_the\\_danger\\_of\\_a\\_single\\_story](http://www.ted.com/talks/chimamanda_adichie_the_danger_of_a_single_story). Consultado: 7/07/2014.

Bello Mota, Jeannette (2010): "Representaciones femeninas en los vídeos musicales de rap estadounidense: hipervisibilidad e hipersexualización de los cuerpos de mujer", en Martín Lucas, Belén ed.: *Violencias (in)visibles: Intervenciones feministas frente a la violencia patriarcal*, Icaria, Barcelona, 139-160.

Collins, Lisa (2002): "Economies of the Flesh: Representing the Black Female Body in Art", en Wallace-Sanders, Kimberly ed.: *Skin Deep, Spirit Strong: The Black Female Body in American Culture*, The University of Michigan Press, Ann Arbor, 99-127.

Fanon, Frantz (1967): *Black Skin, White Masks*, Grove Weidenfeld, Nova York.

Hall, Stuart (1997): "The Spectacle of the Other", en Hall, Stuart ed.: *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, Sage/The Open University, Londres, 223-290.

Hobson, Janell (2003): "The 'Batty' Politic: Toward an Aesthetic of the Black Female Body", *Hypatia*, 18.4, 87-105.

hooks, bell (1990): *Yearning: Race, Gender, and Cultural Politics*, South End Press, Boston.

hooks, bell (1992): *Black Looks: Race and Representation*, Between the Lines, Toronto.

Martín Lucas, Belén (2010): "Introducción. Violencias (in)visibles: la agresión cotidiana de la violencia simbólica", en Martín Lucas, Belén ed.: *Violencias (in)visibles: Intervenciones feministas frente a la violencia patriarcal*, Icaria, Barcelona, 9-14.

Martín Lucas, Belén (2010): "La madre patria: de las metáforas nacionalistas a la violación como crimen de guerra", en Martín Lucas, Belén ed.: *Violencias (in)visibles: Intervenciones feministas frente a la violencia patriarcal*, Icaria, Barcelona, 47-67.

McClintock, Anne (1995): *Imperial Leather: Race, Gender and Sexuality in the Colonial Context*, Routledge, Nova York.

Morgan, Jennifer L. (2002), "'Some Could Suckle over Their Shoulder': Male Travelers, Female Bodies, and the Gendering of Racial Ideology, 1500-1770", en Wallace-Sanders, Kimberly ed.: *Skin Deep, Spirit Strong: The Black Female Body in American Culture*, The University of Michigan Press, Ann Arbor, 37-65.

Ortega, Almudena (2014): "'Niñas en juego': El mundial y la prostitución infantil". *Desalambre: Periodismo y derechos humanos el eldiario.es*. eldiario.es, 22 xuño. [http://www.eldiario.es/desalambre/Ninas-Mundial-estimula-prostitucion-infantil\\_0\\_272973401.html](http://www.eldiario.es/desalambre/Ninas-Mundial-estimula-prostitucion-infantil_0_272973401.html). Consultado: 7/07/2014.

Rquia, Ana (2014): "Niñas prostituidas en Brasil". *Mujericolas: Personas que habitan un cuerpo de mujer*. 17 de maio. <http://mujericolas.blogspot.com.es/2014/05/ninas-prostitutas-en-brasil.html?sref=fb>. Consultado: 7/07/2014.

Shohat, Ella e Robert Stam (2002): *Multiculturalismo, cine y medios de comunicación: Crítica del pensamiento eurocéntrico*, Paidós, Barcelona.