

Brief Papers nº4/99, CEsa, Lisboa, 1999

A Emergência da Identidade “Raça” no Contexto das Empresas Europeias em África *

por
Ana Célia Calapez
CEA/ISCTE

Os trabalhos reproduzidos nesta série são da exclusiva responsabilidade dos seus autores. O CEsa não confirma nem infirma quaisquer opiniões neles expressas.

INTRODUÇÃO

“Conexões transnacionais” é o significativo título de um livro do antropólogo sueco Ulf Hannerz (1996), cuja análise se centra na problemática dos múltiplos encontros interculturais proporcionados pela globalização, nomeadamente ao nível dos negócios. A internacionalização da economia portuguesa sofreu um atraso significativo, e “perdeu a oportunidade” de se processar segundo as normas clássicas que regeram a internacionalização da economia norte-americana, a partir do pós-guerra, e da economia europeia na década de 60/70. Nesta altura, uma empresa internacionalizava-se por opção, a partir do momento em que detinha uma base sólida no espaço nacional de origem, e importava-lhe sobretudo obter informações de carácter económico, financeiro e jurídico sobre o país-alvo do investimento. A globalização dos mercados, processo que já se tinha iniciado no final dos anos 60, mas que se acelerou muitíssimo nesta última década, sobretudo desde a queda do chamado Sistema Socialista Mundial, veio introduzir novidades também a este nível. Hoje em dia as empresas são frequentemente obrigadas a internacionalizar-se sob pena de desaparecerem e o valor da informação e do conhecimento cresceu de forma exponencial (Santos, 1997; Costa; 1997). Já não basta obter dados gerais sobre os vários mercados elegíveis, é necessário um conhecimento aprofundado de variáveis que vão muito para além do custo de factores ou das normas de repatriação de capitais, pois actualmente, perante a uniformização das tecnologias e a facilidade de reprodução de processos, a competitividade assegura-se pela originalidade e esta depende fortemente do factor humano, sobretudo em contextos onde o capital não abunda.

Tendo isto em consideração, pensamos que a abordagem que vamos fazer interessa, por um lado, aos avaliadores de projectos de investimento e aos próprios investidores, e por outro, aos académicos, a quem, numa situação em que o

conhecimento é um valor em alta, cabe provavelmente a tarefa de “mediadores da comunicação”.

PORQUÊ A “RAÇA”?

O conceito de “raça” é controverso e questionámo-nos longamente sobre a pertinência da sua utilização. Acabámos por optar por ele porque se pode estabelecer alguma analogia entre os conceitos de “raça” e género, embora este último seja já uma atribuição de significado social com base no sexo, esse sim exclusivamente biológico. A raça refere-se directamente à biologia mas é desprovida de significado biológico. Por outro lado, e tal como o género, tem significado social e emerge em contextos semelhantes àqueles que nos interessam, ou seja o das empresas europeias ou mistas em África, onde o *status quo* impõe a barreira racial.

Poderíamos ter optado pelo conceito de cultura, mas este é demasiado complexo e tratado neste âmbito poderia ser reduzido, por um lado a uma mistificação do conceito de raça e por outro a um quase inevitável paralelismo entre as contradições branco/negro e tradição/modernidade, quando, em absoluto, não é essa a questão. O que nos interessa são os motivos porque a “raça” se revela como identidade nos contextos já referidos, ou seja, porque é que a barreira racial se impõe, mesmo nos casos em que ela não é procurada deliberadamente e como é que a partir daí, todo o relacionamento se processa com base numa realidade biológica objectivamente desprovida de significado.

Quando falamos de identidades, pensamo-las enquanto construções plurais, interactivas e estratégicas (Vala, s.d.). Em primeiro lugar, as identidades de um indivíduo, ou as ainda mais complexas de um grupo, são esquemas virtuais que condicionam o comportamento, construídos a partir das imagens de si, que os actores atribuem a observadores reais ou imaginários. Quer isto dizer que as identidades (que são sempre plurais, porque contextuais), são sempre intersíquicas, porque dependem por um lado do que o actor pensa que o observador pensa de si, e por outro da autoreflexão que ele faz com base nessa presunção. Por outro lado, como toda a identidade surge em contexto, e o contexto está sempre imbuído de um factor político (ou seja de correlação de forças), a identidade é sempre estratégica, pois o indivíduo, ou o grupo procuram estrategicamente mostrar-se sob a forma que consideram ser a mais positiva para os seus objectivos do momento, tendo em conta aquilo que pensam que os outros pensam de si. Ora, estas construções são condicionadas por todo um percurso no tempo, a que se convencionou chamar tradição, e que se transformaram em verdadeiras estruturas cognitivas, que funcionam sempre que a tradução interior das condições externas, as estimulam. Ou seja, a identidade “raça” emerge, porque se estabelece objectivamente uma barreira racial em muitas das empresas europeias ou mistas em África, e ela é estratégica a dois níveis, o interno, dos actores envolvidos, em que a pertença a um grupo racial funciona simultaneamente como sistema de defesa e grelha de tradução das atitudes próprias e do Outro; e o externo, do observador, para quem a percepção das razões profundas da clivagem racial é fundamental para a compreensão de realidades aparentemente paradoxais. No entanto, nada disto explica, porque razão se impõe a barreira racial, quando frequentemente esse não é o desejo de ninguém. E é aqui que surge a limitação do poder explicativo do conceito “raça” e se impõem os de “comunicação” e “renegociação”.

UMA QUESTÃO DE COMUNICAÇÃO NUM MEIO EM PLENA RENEGOCIAÇÃO

Voltando a assumir a analogia com a questão do género, a barreira racial impõe-se, no universo pós-colonial em que ela já não tem razão objectiva de ser, por uma questão de comunicação, mas perdeu a sua eficácia, porque o entendimento tácito baseado numa relação de dominação muito familiar, está em plena renegociação. Uma renegociação que não envolve apenas comportamentos, mas conhecimento, o *input* estratégico dos nossos dias.

Não é possível abordar a questão da comunicação sem recorrer ao conceito de cultura, pois esta funciona como codificadora e descodificadora das mensagens. Ou seja, quando há comunicação, pressupõe-se a existência de um emissor, de um receptor, de uma mensagem codificada, emitida e recebida, depois de descodificada. Estes processos paralelos de codificação/descodificação obedecem à grelha de significados utilizada pelo emissor e pelo receptor, e estas grelhas dependem não só do percurso individual de cada um, como da história do grupo a que se sentem ligados, como ainda da relação entre os dois e ainda das imagens que cada um, no momento e no contexto concretos da comunicação, constroi sobre o outro e sobre si próprio e os objectivos estratégicos que pretende alcançar com a mensagem emitida e com o significado atribuído à mensagem recebida. Se não compreendermos que toda a mensagem é filtrada desta forma, teremos tendência a atribuir-lhe uma objectividade, que ela não detém de facto, pois consideramos automaticamente que a nossa grelha de significados, ou seja a nossa cultura, é a única existente, ou pelo menos a única racional. Como dos dois lados do processo de comunicação a atribuição de racionalidade exclusiva é idêntica, a única forma de acção comum cooperativa é o entendimento tácito baseado em malentendidos. Esta é a história tanto da relação entre homens e mulheres, como entre negros e brancos. O malentendido transformou-se em bem-entendido por força do hábito e da correlação de forças existente. Assim se compreende, por exemplo, o episódio clássico, narrado por Gluckmann no célebre texto “Analysys of a social situation in modern Zululand”, em que negros e brancos cooperam na antiga Zululândia, sem que se quebre a relação de subordinação dos primeiros em relação aos segundos. Este esquema só entra em crise, quando os interesses que movem a actuação comum se modificam tanto, que induzem uma mudança no equilíbrio da correlação de forças vigente. Nesta altura, a filtragem das mensagens começa a fazer-se segundo uma grelha modificada, porque modificados os objectivos alteram-se os significados, e esta transformação é essencialmente um processo interno, uma autopoiese nas concepções de Varela e Maturana, transpostas para a sociologia por Luhmann. Estas transformações, que funcionam como recriações dos significados anteriores, vêm acrescentar ruído à comunicação tácita estabelecida.

Neste momento, por baixo do conflito racial visível, o que está em curso é a renegociação, quer dos termos da relação de poder, quer dos significados do acordo tácito de comunicação. Porque se hoje, perante o panorama da globalização, a capacidade de inovação adquiriu valor estratégico e condicionante da competitividade das empresas, então o factor humano pode readquirir uma importância que perdeu, transformado em mero produtor passivo e consumidor de quantidades cada vez maiores de produtos de qualidade mais ou menos duvidosa, cujo processo de produção é altamente penalizador do meio ambiente. Neste contexto, o conhecimento e muito concretamente a capacidade de recombinação de informação, que é a base da criatividade,

torna-se fundamental, assim como o estabelecimento e reforço de redes baseadas em relações pessoais (mesmo que à distância, utilizando as várias técnicas de telecomunicação disponíveis), que ultrapassam fronteiras nacionais e culturais. Todos estes factores vêm atribuir um valor estratégico quer ao conhecimento humano, quer à capacidade relacional dos indivíduos.

Quando o especialista do Banco Mundial para a questão da *capacity building* em África, Mamadou Dia, fala da urgente reconciliação entre instituições locais e transplantadas como forma de resolver os problemas de gestão no continente africano, ele refere-se precisamente à renegociação dos termos do acordo tácito até agora vigente, renegociação esta que implica um novo acordo ao nível das grelhas de significados que permitem a descodificação das mensagens, ou seja, um novo acordo ao nível do próprio processo de comunicação. Isto porque uma “reconciliação” segundo as normas tacitamente aceites da economia colonial já existiu. Ela foi posta em causa por toda a evolução interna aos próprios sistemas em causa e respectiva interacção. O que hoje se procura é uma reconciliação sobre bases diferentes, pois o que está em causa não é conciliar uma tradição africana com uma “modernidade” ocidental, segundo o esquema dualista clássico, mas reconciliar uma modernidade africana, que existe embora não seja, nem tenha que ser, idêntica à “modernidade” ocidental, com uma “contemporaneidade” ocidental, que já não corresponde à “modernidade” assumida como tal, mas a uma qualquer pós-modernidade de traços ainda bastante esbatidos, onde múltiplas possibilidades se abrem. Trata-se portanto não de um acordo único entre realidades estáveis, mas de acordos pontuais sobre várias instabilidades. A “raça”, neste contexto, emerge como realidade polivalente, por um lado, é um véu que mascara a crise do acordo de comunicação tácita previamente existente e ensurdece o processo de renegociação dos termos de um novo, e por outro, age como um catalizador do conflito, que pode vir a impor as alterações necessárias à nova reconciliação.

Para concluir, gostaria apenas de fazer um resumo e simultaneamente uma possível tradução de todo este discurso académico. O que se pretende com esta disciplina é chamar a atenção para o facto de que as condições se alteraram, e com elas as correlações de forças. Existiam determinados acordos tácitos de cooperação, tanto a nível da relação homem/mulher como da relação branco/negro. Como as condições se alteraram e os interesses também (a produtividade das relações de submissão baixou – para falar em termos meramente economicistas), há que renegociar estes acordos. Para isso, é necessário saber como cada grupo descodifica as mensagens do outro grupo, processo que permite um simultâneo descodificar dos nossos próprios processos de codificação, pois só assim é possível chegar a um novo acordo de cooperação, que já não pode ser baseado na submissão, pois esta mata a criatividade. Como a criatividade é condição indispensável à inovação e esta é a base da competitividade, então deduz-se que os futuros acordos de cooperação só podem estar baseados numa relação de respeito mútuo e de interrelação de conhecimentos. Só que para isso, é preciso que dos dois lados, se desconstruam os estereótipos e se encare o conhecimento até agora adquirido, não como algo a deitar fora, mas como algo a olhar por outro prisma. Contribuir para isso é a ambição que temos. Deixem-nos experimentar!

BIBLIOGRAFIA

- AAVV, (1998); L'Afrique des entreprises, Groupe Agence Française de Développement, Paris
- Costa, G. (1997); "Internacionalização de empresas e intervenção do Estado", in: Economia e Prospectiva, Vol.1, nº2: 45-58
- Hannerz, U. (1996); Transnational Connections, Routledge, London, New York
- Murteira, M. (1997); A economia do mercado global, Presença
- Santos, J.F.P. (1997); "Multinacionais e mundialização", In: Economia e Prospectiva, Vol.1, nº2: 33-44
- Touraine, A. (1998), Iguais e diferentes: Poderemos viver juntos?, Piaget, Lisboa
- Vala, J. (s.d.); "Identidades, estruturas cognitivas e transformações culturais" in: Análise Social: 25-29
- Varela, F. (1998); "O eu emergente", in: Brockman, J.; A terceira cultura, Temas e Debates, Lisboa

* Documento elaborado para comunicação sobre a raça no **Seminário CEsa 1999: A Problemática do Desenvolvimento - Historicidade e Contributos Actuais numa Óptica Transdisciplinar**, Conferência "*Identidades Estratégicas para o Desenvolvimento na África Sub-Saariana: o Género e a Raça*", 23 de Junho de 1999.