

**Edna de Mello Silva**

RETRATOS DE MULHER - A MULHER NEGRA NAS REVISTAS PARA O PÚBLICO  
NEGRO - ESTUDO DE CASO

**I - Introdução**

Cerca de quarenta e quatro por cento da população brasileira é formada por negros e mestiços e mesmo tendo grande influência na cultura nacional, sua participação social, econômica e política ainda é menor do que a de outras etnias.

A grande maioria dos negros brasileiros possui baixa renda e enfrenta o preconceito no mercado de trabalho, convive com a perseguição policial, é explorada com baixos salários e faz parte do acervo de “piadas” em qualquer círculo social. É uma herança cultural que a Lei Áurea de 1888 não conseguiu abolir da sociedade brasileira, motivo de muita polêmica, visto que nossa sociedade não admite ser racista.

O conflito racial no Brasil não é aberto como em outros países, o que impede que muitos negros se identifiquem com sua própria negritude e lutem por seus direitos através de uma ação política eficaz e consciente.

A conscientização da negritude brasileira está se materializando à medida que os negros conquistam maior poder aquisitivo, representando um nicho de consumidores importantes ao sistema capitalista, ao mesmo tempo em que disputam espaços sociais anteriormente pertencentes exclusivamente aos brancos.

Os negros estão aumentando sua participação nas Universidades, nas profissões liberais, na diretoria de grandes empresas, nos partidos políticos, no comércio e na indústria. Gradativamente, está se formando um novo negro brasileiro, um que possui nível superior de escolaridade, carro importado, casa própria em condomínio fechado e todos os bens de consumo oferecidos pela sociedade moderna. O número desses eleitos ainda é pequeno. Mas já começa a incomodar a classe média branca acostumada a manter os negros confinados em áreas domésticas, utilizando elevadores de serviço e mantendo uma atitude servil e submissa.

A imprensa sempre desempenhou um papel importante para o negro brasileiro. Embora, os grandes veículos tenham ajudado a cultivar o “apartheid” brasileiro dando mais espaço ao negro criminoso e marginalizado e não identificando como negro, seus representantes intelectuais e culturais, houve algumas iniciativas, com destaque para *A voz da Raça*, em 1933, que ajudaram a despertar a consciência da negritude, denunciar o racismo e divulgar a cultura negra, longe dos ranços e interesses dos brancos. Aos poucos essas vozes se calaram por motivos políticos ou econômicos.

Atualmente, no mercado paulista de revistas de varejo existem quatro títulos voltados para a etnia negra. A pioneira *Raça Brasil*, surgida em 1996, a *Agito Geral* de 1997, a *Negro 100 Cento*, em 1998, e voltada para produtos e serviços, a *Visual Cabelos Crespos*, de 1997. Não existem jornais impressos comprometidos com a etnia negra. A *Revista da Folha*, um suplemento do jornal “Folha de S. Paulo”, possui uma coluna que sai ao domingos dedicada aos negros.

Essas revistas falam de moda, comportamento e consumo voltado para o mercado étnico negro e também despertam a consciência da negritude em artigos que tratam de preconceito, discriminação racial e alertam sobre os direitos dos negros.

As mulheres negras estão despertando o interesse da mídia, da cosmética e do mercado editorial, mas como será que elas são retratadas nas matérias de revistas para etnia negra? Quem são as mulheres negras que merecem destaque nessas revistas? Analisar as matérias que falam da mulher negra e como essas publicações discutem os problemas das mulheres é o objetivo dessa pesquisa .

## **II - O negro na imprensa paulista**

Apesar de ter importante participação no processo de abolição da escravatura brasileira, a imprensa do início do século defendia mais os interesses capitalistas dos barões de café, do que os da população negra, em sua maioria formada por analfabetos ou mestiços sem projeção social.

Os negros paulistas sentem a necessidade de refletir sobre sua vida social e cultural, denunciar o racismo impregnado na sociedade e desenvolver sua identidade étnica e como não encontravam espaço na imprensa branca fundam em 1915, o *Menelick*, um jornal que analisava o comportamento e a ideologia do negro urbano.

Essa iniciativa teve seguimento nos anos seguintes com o surgimento de inúmeras publicações que influenciaram fortemente a formação e o comportamento dos negros paulistas daquela época. Foram elas:

*1916 - A rua e O Xauter*

*1918 - O Alfinete*

*1919 - O Bandeirante*

*1919 - A Liberdade*

*1920 - A Sentinela*

*1922 - O Kosmos*

*1923 - O Getulino*

*1924 - O Clarim da Alvorada e Elite*

*1928 - Auriverde, O Patrocínio e o Progresso*

*1932 - Chibata*

*1933 - A Evolução e A Voz da Raça*

*1935 - O Clarim, O Estímulo, A Raça e Tribuna Negra*

*1936 - A Alvorada*

*1946 - Senzala*

*1950 - Mundo Novo*

*1954 - o Novo Horizonte*

*1957 - Notícias de Ébano*

*1958 - O Mutirão*

*1960 - Hífen e Niger*

*1961 - Nosso Jornal*

*1963 - Correio d' Ébano*

Esses jornais eram mantidos pelos próprios editores e sobreviviam através da cotização da comunidade que os ajudavam a manter a divulgação de seus ideais, a discussão dos problemas específicos do grupo e dar espaço às produções intelectuais de negros paulistas.

Apesar de possuírem um forte comprometimento com a comunidade, esses jornais não divulgavam os grandes acontecimentos nacionais. “Nada sabemos pela sua leitura, da Coluna Prestes, da Revolução de 1930, do movimento de 1932 em S. Paulo, da revolta comunista de 1935 e de outros acontecimentos relevantes nesse período. Há mesmo, uma certa cautela tática, pois neles também não se encontravam notícias ou comentários sobre o movimento sindical, as lutas operárias, greves e participação dos negros nesses eventos. Também não se encontram críticas ao governo. É uma imprensa altamente setorizada nas suas informações e dirigidas a um público específico.”<sup>1</sup>

Em 1938, Getúlio Vargas decreta a censura a todos os órgãos de imprensa e até mesmo o *A Voz da Raça* não consegue imprimir uma linha sequer sobre o cinquentenário da abolição, sendo fechado em seguida.

O golpe militar de 1964 fecha o diálogo democrático e cala a última tentativa de dar voz ao manifesto negro; o *Correio d' Ébano*. A imprensa negra só volta a ser retomada em 1978, com o Movimento Negro Unificado contra a Discriminação Racial, que mais tarde deu origem a vários grupos de defesa de direitos dos negros e de desenvolvimento da consciência negra, todos com veículos de comunicação próprios e comprometidos com a causa.

---

1 - Moura, Clóvis. História do negro brasileiro. São Paulo, Ática, 1989. Pág. 71.

## **II - Revistas nacionais voltadas para a etnia negra**

Atualmente, à venda nas bancas de jornais de S. Paulo existem quatro títulos de revistas dirigidas aos negros brasileiros: a *Raça Brasil*, *Visual Cabelos Crespos*, *Agito Geral* e *Negro Cem Por Cento*.

### **1. Raça Brasil - Editora Símbolo**

A Raça Brasil surgiu no mercado em 02 de setembro de 1996, com a proposta de resgatar a auto-estima dos negros, através de matérias que falam de moda, comportamento, produtos e serviços e entrevistas com representantes da raça negra com destaque na sociedade. É a primeira revista brasileira do gênero, tendo grande aceitação por parte do público negro e da mídia em geral.

Pelas características de suas matérias pode ser considerada uma revista feminina, porém voltada especialmente para a estética da mulher negra, valorizando o corpo, o tom da pele e cabelos, através de dicas de cuidados especiais e sugestões de produtos que a tornem mais bela.

### **2. Visual Cabelos Crespos - Editora Símbolo**

Pode-se dizer que é um “subproduto” da Revista Raça Brasil. Nascida em setembro de 1997, essa revista destaca somente a cosmética voltada para a etnia negra, trazendo produtos, serviços e artigos para o consumo especialmente dirigido à mulher negra.

### **3. Agito Geral - Editora Dipreto**

É uma revista que fala de música, destacando os vários ritmos onde a raça negra se destaca, através de matérias assinadas e opinativas sobre diversos gêneros musicais como Hip Hop, Reggae, Samba, entre outros, além de dar espaço para os ídolos musicais negros.

Sua primeira edição chegou às bancas em dezembro de 97 e o mais recente saiu em abril de 1998. (em maio e junho a revista não foi editada, apesar da periodicidade ser mensal.)

#### 4- Negro 100 Por Cento - Editora Escala

O número 1 da Revista chegou às bancas de São Paulo em maio de 1998. Em seu editorial fala que dará destaque ao “negro em expansão ocupando o seu território nessa grande metrópole chamada Universo”.

A revista enfoca os ídolos da música negra, do esporte e especialmente do samba, e traz alguns ensaios fotográficos com mulheres negras nuas.

### **IV- Análise dos textos que retratam a mulher negra**

#### 1. Revista Raça Brasil - Ano 3 - no. 21 -pág. 42

Matéria: *Ela é demais*

O objetivo da matéria é desvendar os segredos de beleza da modelo Valéria Valenssa, conhecida por protagonizar as vinhetas de Carnaval, da emissora de televisão Rede Globo. Veja abaixo como ela é apresentada no texto:

*“Ela é perfeita: 82 cm de busto, 60 cm de cintura e 90 cm de quadris. Mais do que medidas de miss, a Globeleza Valéria Valenssa tem um corpo prá lá de escultural. Sua plástica irretocável faz dela um mulherão. De fato, suas belas formas estão muito bem distribuídas em 1,70m de altura e 50 quilos. Graças a esse talento e à sua performance com o samba no pé, Valéria tornou-se símbolo do Carnaval e sinônimo de beleza. Mas como será que essa beldade, que ainda acumula o título de mulher do designer gráfico Hans Donner, se cuida no dia-a-dia?”*

a) Adjetivos

perfeita, corpo escultural, plástica irretocável, mulherão, belas formas, beldade

b) advérbios de intensidade mais do que, prá lá de, muito bem, ainda acumula

c) Frases com conotação sexista

• *“Ela é perfeita: 82 cm de busto, 60 cm de quadris...”*

- indica que sua perfeição está estritamente ligada às medidas do corpo, sem considerar outros aspectos como personalidade, formação, etc.

■ *“Mais do que medidas de miss, a Globeleza Valéria Valenssa tem um corpo prá lá de escultural.”*

-valorização do corpo

■ *“De fato, suas belas formas estão muito bem distribuídas em 1,70 de altura e 50 kg. Graças a esse talento e a sua performance com o samba no pé’, Valéria tornou-se símbolo do Carnaval e sinônimo de beleza.*

- trata como se fosse “talentoso fato da modelo possuir “belas formas”.

■ *“... ainda acumula o título de mulher do designer gráfico Hans Donner...”*

- trata como se fosse um título o casamento com um parceiro branco e estrangeiro conhecido por trabalhar para a maior emissora de TV do Brasil.

2- Revista Raça Brasil - Ano 3 - no. 22 - pág. 36

Matéria: *Ruth de Souza, a grande dama da dramaturgia nacional*

A proposta da matéria é traçar um perfil da atriz Ruth de Souza, oferecendo dados sobre sua trajetória na carreira e seus pensamentos. O texto traz vários depoimentos de Ruth, abaixo destaco os adjetivos usados para conceituá-la:

*“Irrequieta e ousada, Ruth de Souza, com cinco anos de carreira, fez as malas e viajou para os Estados Unidos para estudar teatro.”*

*“Elegante, ativa, discreta e vaidosa, a atriz despista quando pergunta-se sobre sua idade - que beira os 70 anos - mas fala com desenvoltura das convicções que tem sobre racismo e a luta dos artistas negros.”*

*“Exigente e com aguçado senso profissional, Ruth de Souza critica “o deslumbramento” da nova geração de atrizes e atores negros.”*

Nota-se que os adjetivos utilizados: irrequieta, ousada, elegante, ativa, discreta, vaidosa, exigente , retratam uma mulher independente e muito segura do que quer.

3- Revista Raça Brasil - Ano 3 - no. 19

Matéria: *Quando ela ganha mais*

A reportagem traz os depoimentos de mulheres negras que trabalham fora e de suas dificuldades no relacionamento com seus maridos. São entrevistadas uma psicóloga de 39 anos, uma pedagoga de 47 anos, uma advogada de 41 anos, e uma revendedora de jóias de 43 anos que falam de seus sucessos e problemas pessoais e no final da matéria, entre um box com o título “De a volta por cima”. O box traz soluções para se lidar com alguns problemas de relacionamento conjugal. Veja alguns trechos abaixo:

*“Eu sou melhor! O clima de rivalidade está reinando em casa? Pare um pouco e pense se não foi você quem começou tudo. Por ganhar mais, muitas mulheres se julgam superiores e competem o tempo todo. Outra possibilidade é ele estar desencadeando esse clima desagradável para se auto-afirmar. A saída, mais uma vez, é conversar e torcer para que essa fase passe rápido”.*

*“Acomodação - Diante do sucesso da mulher, muitos homens se retraem. Se a situação não for resolvida a tempo, esse quadro pode se perpetuar e o casal perde muito com isso. Mostre-se receptiva, ouça o que ele tem a dizer e incentive-o a batalhar pelo que quer, assim como você fez e conseguiu.”*

Nota-se que apesar da pauta ser falar de mulheres independentes financeiramente há uma mensagem implícita no texto: mulheres, salvem seus casamentos, sejam compreensivas com seus maridos, espere essa fase passar, etc. A mulher deve conquistar seu espaço lá fora e manter seu casamento, sem discutir muito seu papel na relação conjugal, o que ela espera do casamento e outras atitudes de conscientização pessoal.

4- Revista Negro 100 Por Cento - Ano 1 - No. 1 - Pág. 35

Matéria: *A Beleza da mulata brasileira está no ar*

A capa da revista destaca a manchete “Globeleza iluminou o Sambódromo” ao lado de uma foto da modelo Valéria Valenssa. O índice da revista mostra: Globeleza a beleza da mulata brasileira - pág. 36. E no entanto, a matéria apresentada apesar de falar da carreira de Valéria, é feita a partir de um depoimento de seu marido, Hans Donner. O texto não traz nenhum depoimento da modelo, apesar de mostrar a trajetória de sua carreira. Veja como a matéria é aberta:

*“Valéria Valenssa, 26 anos, modelo, passista e agora cantora, solta sua voz em seu primeiro CD que será lançado para a Copa da França 98. Beleza e sensualidade é o que não faltam na nossa “mulata Globeleza. Em entrevista com seu “criador”, o artista gráfico Hans Donner, ele nos conta como tudo aconteceu:...”*

A matéria além de não trazer sequer um depoimento da modelo, ainda sugere que Valéria foi uma “criação” de seu marido, dando a ele o mérito do sucesso da modelo.

## V- Conclusão

As matérias analisadas apesar de trazerem o enfoque de retratar os símbolos de beleza negra através de mulheres conhecidas na mídia brasileira carregam consigo um forte preconceito sexista, bastante evidente nas pautas que falam de Valéria Valenssa, mas, por outro lado, também valorizam mulheres independentes como Ruth de Souza, Maria Ceixa e outras atrizes negras.

As mulheres destacadas nas revistas voltadas para os negros são as artistas da televisão, atrizes, cantoras e modelos. Profissionais liberais como advogadas, psicólogas têm algum espaço como entrevistadas que fornecem depoimentos sobre temas ligados à família, ao trabalho e comportamento. Nos textos analisados há uma forte defesa do casamento, enquanto união conjugal, sem se discutir o papel da mulher e do homem dentro da relação.

Na tentativa de criar modelos de comportamento, paradigmas do “ser negro” essas revistas para a etnia negra se confundem com as outras revistas femininas, que trazem “receitas prontas” de como solucionar seus problemas, seja qual ele for, cabelos, relacionamentos conjugais, cuidados com a pele, para tudo há uma solução ao alcance da leitora. A Revista Raça traz muitas matérias desse gênero: “*Aprenda a ficar linda por dentro e por fora*”; “*As soluções para ficar com a pele perfeita*”; “*Saiba como manter a pele macia e suave no inverno*”.

É interesse ressaltar que acompanhei a edição dessas revistas de fevereiro a junho de 1998 e não encontrei nenhuma matéria que falasse efetivamente da luta das mulheres negras, seus objetivos ou algo ligado à ideologia. A edição da no. 19, de março de 1998, da Revista Raça fala do primeiro flagrante de racismo no Rio de Janeiro, mas não se aprofunda na discussão do assunto, apenas relata o fato. Essa Revista também mantém uma seção fixa chamada “*Negros em movimento*” onde aparecem órgãos ligados à defesa do direito dos negros e o desenvolvimento da cidadania e consciência da negritude que em cada edição destaca um movimento diferente. As demais revistas não lidam com esse assunto.

A revista *Agito Geral* é a única que não traz matérias de comportamento e moda, nem relato de mulheres. O destaque de seus entrevistados são homens cantores e negros, por essa característica provavelmente é uma revista dirigida ao público masculino. Não consegui entrar em contato com os editores, pois o número de telefone que aparece no expediente da revista não existe.

Das quatro revistas analisadas a que possui melhor qualidade editorial e matérias melhor trabalhadas é a *Raça Brasil*, que atualmente é a campeã de vendagem dentre as revistas do gênero, no Estado de São Paulo, segundo o gerente de marketing da Distribuidora Fernando Chinaglia, André Santos.

## BIBLIOGRAFIA

FERNANDES, Florestan. *O significado do protesto negro*. São Paulo, Cortez, 1989.

LIMA, Solange Martins Couceiro de. *O negro na televisão de São Paulo: um estudo das relações raciais*. São Paulo, FFLCH-USP, 1983.

MOURA, Clóvis. *História do negro brasileiro*. São Paulo, Ática, 1989.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. *A linguagem e seu funcionamento. As formas do discurso*. Campinas, Pontes, 1987.

SOUZA, Neusa Santos. *Tornar-se negro*. São Paulo, Editora Graal, 1983.

VALENTE, Ana Lúcia E.F. *Ser negro no Brasil hoje*. São Paulo, Moderna, 1987.