

A construção da identidade da mulher negra no Brasil

Lília Campos Pereira

(UnB/LIP/ProIC - Ações Afirmativas)*

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Viviane Ramalho

Resumo: Nesta pesquisa, investigamos a mulher negra em um contexto histórico colonialista e escravocrata no Brasil, que passou por processos de marginalização, discriminação, exclusão. Analisamos os discursos midiáticos, que se tornam instrumentos de poder, com potencial para fundamentar representações e discursos hegemônicos (Fairclough, 2003, 2008). A população negra foi historicamente marcada por ideologias (Thompson, 2009) e discursos racistas (Rosemberg & Silva, 2009), principalmente aqueles voltados para mulheres negras. O objetivo principal desse trabalho é estudar os aspectos das relações étnico-raciais e de gênero social nas representações e identificações da mulher negra na revista *Raça Brasil*. Por meio de uma base teórico-metodológica, qualitativa e documental, da Análise de Discurso Crítica (ADC), como resultados da análise, percebemos que ainda é recorrente nas matérias uma reprodução estereotipada da “estética” feminina na revista, porém busca novas trajetórias e resgate das raízes culturais da população negra, surgindo novas mudanças sociais.

Palavras-chave: Mulher; negra; discursos midiáticos; representações; mudanças.

Abstract: In this research, we investigated the black woman in a historical and colonial slavery context in Brazil. We analyzed the media discourses that became instruments of power and hegemonic discourses (Fairclough, 2003, 2008). The black population has historically been marked by ideologies (Thompson, 2009) and racist discourses (Rosenberg & Silva), especially with those aimed to black women. The main objective of this work is to study aspects of ethno-racial and gender social in the identifications and representations of black women in *Raça Brasil* magazine. Through a theoretical-methodological basis, qualitative and documentary, of the Critical Discourse Analysis (CDA), as result of the analysis, we think that the applicant is still featuring a reproduction of the stereotypical "beauty" of women in the magazine, but it seeks new paths and redemption of the cultural roots of the black population, emerging new social changes

Keywords: woman, black, media discourses, representations, changes

* Aluna de Letras Português como Segunda Língua (PBSL) da Universidade de Brasília (UnB).

APRESENTAÇÃO

Neste artigo, investigamos aspectos da construção discursiva da identidade da mulher negra, buscando abarcar problemáticas e discussões que envolvem a questão étnico-racial e de gênero social no Brasil. O objetivo do trabalho é estudar, com base em uma abordagem crítica, a representação da mulher negra na revista *Raça Brasil*. Somado a esse objetivo geral, intentamos discutir, com base em revisão bibliográfica sobre o tema, como os movimentos de mulheres negras enfrentam e trabalham a afirmação de suas identidades, buscando compreender como se deu o processo histórico, as desigualdades sociais vivenciadas pela população negra, e, também, de que maneira esta é a mais atingida e quais fatores contribuíram para legitimar estereótipos e discriminar mulheres negras.

A temática étnico-racial ainda é um dos pontos de grandes debates, polêmicas e controvérsias de investigações e de pesquisas no Brasil. O assunto traz como principal discussão acerca da temática racial o racismo estrutural; processo de miscigenação; discriminação; o mito da democracia racial e, principalmente, como tais processos são concretizados nas situações cotidianas e nas mídias, a exemplo da revista *Raça Brasil*, pesquisada neste trabalho.

Na história do Brasil, as populações negras, sobretudo as mulheres, foram caracterizadas por termos pejorativos e depreciativos, reforçados para a manutenção escravista. Atualmente, movimentos negros, intelectuais negros,

feministas (mulheres negras) vêm combatendo as representações apresentadas na mídia, isto é, em todos os meios de comunicação de massa ou mesmo em representações que estereotipem as mulheres negras ou que as violentem, tanto psicológica quanto fisicamente. Essas ações são empreendidas objetivando mudar a situação social do ator social negro na educação, no trabalho, na casa, como “chefe de família”, entre outros.

Com base em pressupostos teórico-metodológicos da Análise de Discurso Crítica (ADC), (Chouliaraki & Fairclough, 1999; Fairclough, 2003, 2008; Resende & Ramalho, 2009; Ramalho & Resende, 2011), pesquisamos quais discursos midiáticos são disseminados e como se tornam instrumentos de poder com potencial para legitimar representações e discursos hegemônicos (Fairclough, 2003, 2008).

O *corpus* é composto por uma das primeiras edições da revista *Raça Brasil*, edição nº2, de outubro de 1996, e outra edição mais atual, de nº 164, de março de 2012. Analisamos, em perspectiva comparativa, reportagens e publicidades, e respectivas fotos/imagens, de cada uma das edições, com base em categorias linguístico-discursivas da ADC, como intertextualidade, interdiscursividade, avaliação, metáfora, e representação de atores sociais, bem como da Gramática de Design Visual (Kress & van Leeuwen, 1996, 2000; Magalhães, 2007), buscando identificar as principais mudanças na revista, e seus potenciais impactos para a identificação da mulher negra no Brasil. As análises buscam investigar como é construída a identidade da

mulher negra na revista em foco, isto é, como são representados os papéis sociais e simbólicos em que mulheres negras estão inseridas ou de que fazem parte, assim como em quais contextos estão sendo desenvolvidos e estabelecendo relações de poder, ou mesmo, caracterizando identidades de projeto (Castells, 2010) na modernidade tardia, (Hall, 2006). Também discutimos os conceitos de raça, refletindo sobre o que é o “ser” negro/a; quais papéis são designados para negros/as na sociedade brasileira e como são organizadas as relações raciais no Brasil (André, 2007; Silva, 2009).

CONTEXTO HISTÓRICO DA CONSTRUÇÃO ÉTNICO-RACIAL NO BRASIL

1.1 MULHERES NEGRAS: ESCRAVIDÃO E EXPLORAÇÃO

Hoje no Brasil o termo étnico-racial, ou mesmo racial, é utilizado para denominar negros/as, pretos/as e pardos/as, descendentes de negros. Para a busca da identidade negra é necessário refletir a subjetivação da construção do “eu” negro/a. Após o longo processo histórico de escravização dos negros/as africanos/as, advindos de uma diáspora negra dos países da África Subsaariana para a demanda do trabalho produtivo nas Américas, é possível traçar um processo de diferente construção populacional negra no Brasil. O sequestro desses trabalhadores, que já chegavam em condições sub-humanas, fazia parte da estrutura do processo escravista, em que já havia uma naturalização e normatização da condição de “negros/as” para justificar a

colocação como escravo/a. As mulheres negras escravizadas, por sua vez, sofriam outras opressões de seus trabalhos, que, segundo Giacomini, essas eram exploradas dentro de uma sociedade patriarcalista do escravagismo brasileiro¹, e eram submetidas ao trabalho de empregadas, mães-pretas² e tratadas como “objeto sexual” - também como papel primordial na reprodução biológica de escravos.

Essa mulher escrava era colocada em uma função de trabalhadora em sistema gerido pela sua exploração, como objeto de compra, de embargo, de penhor e de venda, dentre outros pelas atividades exercidas, já citadas anteriormente. Além disso, eram criadas justificativas - natural/biológica, social/moral, religiosa e intelectual -, leis e decretos, ou seja, legislações, que serviram para inferiorizar negros/as escravizados/as, para manutenção de uma economia escravista. (André, 2007, p.17).

O negro/a escravizado era propriedade legal do senhor, por meio de leis do tráfico e depois para gerir o próprio sistema escravista, como mercadoria determinada pela condição de “coisa”, afirma Giacomini, pois o tráfico negreiro era indispensável para o funcionamento do colonialismo. Portanto, os escravos/as faziam parte da sustentabilidade do trabalho e da economia no país.

¹ GIACOMINI (1988, p. 19).

² “A incorreção de escravas amas-de-leite à esfera reprodutiva da família branca conferiu às escravas empregadas essa função muito específica [...]”GIACOMINI (1988, p. 49).

A manutenção do escravismo, ou seja, do meio produtivo ou relações sociais de trabalho, também foi ampliado pela reprodução das mulheres escravas, apesar do limitado interesse pela criança nascida, no início do tráfico no Brasil, não havia lucro de imediato, era necessária a espera, por no mínimo, dezesseis anos para que houvesse lucro nas lavouras, diferente das mulheres negras, que por sua vez, poderiam trabalhar muito antes dos homens negros nas casas dos senhores (Giacomini, 1988). Dentro dessa estrutura escravista, eram atribuídas as mulheres negras trabalhos tanto para serviço braçal, ou seja, exploração nas lavouras, quanto em serviços da casa patriarcal³, o trabalho doméstico e como amas-de-leite. Além desses, também fazia parte da condição de mulher negra escravizada, o papel reprodutivo⁴ e/ou objeto sexual⁵. Para o papel reprodutivo, perante a iminência do declínio do tráfico negreiro, do sistema escravista colonial e do apogeu de ideias abolicionistas; foram criadas, por exemplo, a Lei do Ventre-Livre, de 1870, e Lei Rio Branco, de 1971. Essas leis faziam alusões à constituição de famílias (homem, mulher e filhos), ao fato de que não havia possibilidade para mulheres negras escravizadas, em muitos casos, construir família, e, impossibilitadas, ter relações “mãe escrava-filhos”. E como “objeto

sexual”, as mulheres negras escravizadas eram exploradas sexualmente, o que dentro de uma lógica escravista, fazia parte da função e condição de escrava (Giacomini, 1988, pp. 27-29).

Para a mulher negra, em sua condição de escrava, não foi diferente, pois o papel social desenvolvido dentro dessa sociedade negou-lhes direitos, como por exemplo, de constituir família, isto é, as imposições de dominação e opressão as impossibilitaram, em muitos casos, de tais privilégios; e também sofriam pela posição de gênero social, enquanto mulher e escrava em uma sociedade patriarcal, além da exploração sexual. A história da população negra é marcada por um contingente de ações e categorias que desvalorizaram sua condição humana, como indivíduos.

1.2 - O “EU NEGRO/A” NA SOCIEDADE BRASILEIRA

A construção e caracterização de homens negros e de mulheres negras, assim como identificação ou significação do “ser negro/a”, fazem parte dos processos históricos, sociais, políticos e culturais que necessitam de investigação e reflexões sobre a sociedade brasileira do passado e, principalmente, do presente. Diferente de outros países, em que a ancestralidade distingue “o negro” de “o não negro”, no Brasil o negro é diferenciado pelos traços fenotípicos, ou seja, por meio dos traços físicos, textura dos cabelos e cor da pele é considerada para fazer essa diferenciação, de ser ou não negra. Segundo Silva (2009, p.53), o racismo é gradativo, isto é, quanto

³ GIACOMINI (1988, p.49).

⁴ “A reprodução escrava esteve profundamente associada à questão do tráfico na medida em que a possibilidade de adquirir novos escravos torna-se pura e simplesmente antieconômica para o proprietário individual.” GIACOMINI (1988, p.23).

⁵ “A apropriação do conjunto das potencialidades dos escravos pelos senhores compreende, no caso da escrava, a exploração sexual de seu corpo, que lhe pertence pela lógica da escravidão”. (GIACOMINI, 1988, p.65).

mais “traços negros” possuir, em maior escala o racismo atinge essa população que se aproxima do fenótipo do negro.

A existência ou não de raça também é um dos pontos de discussão e debates, pois o conceito adotado por alguns pesquisadores estão relacionados a noção de “raça humana”, isto é, como raça biológica; diferentemente, daqueles que trabalham e pesquisam sobre as questões étnico-raciais, que empregam o termo como fenômeno social, político e cultural, ou seja, uma construção social e histórica, sejam elas pautadas pela diferenciação fenotípica, como é o caso do Brasil, ou não, como é o caso dos Estado Unidos da América. Após anos de lutas e de resistência da população para se legitimar ou mesmo definir parâmetros para se autoidentificar como negros, pretos e pardos, é necessário perceber as demais estruturas que rodeiam as questões étnico-raciais. Uma delas é a concepção de paraíso racial, ou mesmo democracia racial, que, segundo André (2007, p.108), são ambos mitos, entretanto são desenvolvidos para demonstrar as “boas relações” entre uma população construída na miscigenação de brancos e pretos, desta maneira exaltando a cordialidade e, assim, conferindo a todos os brasileiro uma “identidade nacional”, enquanto era apagado do histórico brasileiro a herança africana. Historicamente, foram denominadas formas que, segundo André (2007, p.29), também inferiorizavam os/as negro/as, como o caso das igrejas que reforçaram negativamente essa população negra, isto é, considerados impuros e representados “pelo pecado e pela maldição

divina”. Outra questão que atinge a negros/as, que podemos estudar e identificar no Brasil, são os processos de “branqueamento” ou “branquitude” da população negra. Esses, por sua vez, estão relacionados a um processo pacífico de miscigenação, pois, assim, seria possível o “clareamento” da população brasileira, que, ao final da abolição dos/as escravos/as, era composta, em sua maioria, por negros. (André, 2007, pp.112-114)

A mulher negra, portanto, também está sujeita as discriminações raciais e, também, por gênero social. O *Caderno Geledés 5, A Mulher Negra na Década- a busca da autonomia*, faz uma composição de estereótipos e perfis das mulheres negras no Brasil, traçando as principais referências para denominar a mulher negra, como por exemplo, disponível para trabalhos pesados e desqualificados, ou mesmo como “objeto sexual”, ou “boa de cama” (Oliveira, 1995, p.7). A aparência, traços físicos e cabelos, das mulheres negras também são associadas a feiura, principalmente, por não fazer parte do “padrão estético” estabelecido socialmente, isto é, traços associados as pessoas brancas. Outro fato importante que contribui para esse tipo de construção é a subalternidade e a invisibilidade⁶ que carrega as mulheres negras. Segundo Silva (2009), a vida afetiva também é relevante para as posições e hierarquizações diferentes entre homens negros e mulheres negras. As maneiras em

⁶ Caderno Geledés (1995, p.7). “Para pessoas negras, a pele escura, o cabelo pixaim e as demais características, aliadas aos aspectos sociais e culturais. [...] Para os negros associa-se não apenas a feiúra, mas a subalternidade e a invisibilidade”.

que os homens negros e mulheres negras são tratados no Brasil são muito divergentes. É perceptível o papel social da mulher negra no contexto de trabalho, vida e padrões estéticos.

2. REFERENCIAL TEÓRICO-METODOLÓGICO

Por meio de pressupostos teórico-metodológicos de Análise de Discurso Crítica (ADC), apresentamos análises e reflexões acerca de noções fundamentadas nas concepções de linguagem como prática social⁷ e instrumento de poder, em uma vertente funcionalista para o estudo do uso da linguagem (Ramalho & Resende, 2011).

Segundo Fairclough (2008, p.90-92), o termo discurso é conceituado como um modo de representar o mundo, isto é, um modo de ação ou de agir sobre o mundo. Porém, o termo não é somente utilizado como uma forma de representação, mas também de significação do mundo. Para trabalhar o discurso é necessário compreender as dimensões de análise da ADC. Esta pode ser dividida, por meio da linguagem, em: sistema linguístico (estrutura e níveis sociais mais fixos); ordem do discurso (práticas sociais e nível intermediário) e texto (evento discursivo e nível social mais flexível) (Ramalho & Resende, 2011, pp. 13-15).

⁷ Segundo Fairclough (2008, p. 90), “Ao usar o termo ‘discurso’, proponho considerar o uso de linguagem como forma de prática social [...]”. E, segundo Ramalho & Resende (2011), “Na prática social, a linguagem se manifesta como discurso [...]”.

Outro ponto importante é a diferença dos discursos particulares⁸, que são mais concretos, isto é, aqueles relacionados a interesses mais específicos, como por exemplo, os discursos particulares da mídia. As mídias hoje têm um papel importantíssimo como instrumento de lutas hegemônicas, muitas vezes definida como poder simbólico, porque o discurso das mídias está cada vez mais restringindo e construindo visões particulares de mundo.

No Brasil, o discurso racista é apresentado pelos meios de representação do contexto sócio-histórico das relações étnico-raciais. Segundo Silva & Rosemberg (2008, p.74), considerar o Brasil como um país racista é sustentar e associar à ideologia de superioridade de brancos, dominação social de brancos sobre os negros. A mídia, como produção cultural de massa, também constitui um meio de reprodução do racismo, porque constrói um discurso que naturaliza a sobreposição do branco sobre o negro, isto é, naturaliza uma “suposta” superioridade dos brancos.

A ideologia e o poder hegemônico também fazem parte dos estudos das relações de gênero social e étnico-racial. Segundo Fairclough (2008, p.117), as ideologias são formas de significação e construção da realidade, assim como na reprodução e transformação das relações de poder. A hegemonia, como poder, é a relação de poder, sendo que está socialmente construídas por meio de liderança e de dominação (econômicas,

⁸ Ramalho & Resende (2011, p.17). “[...] significa representar o mundo de maneira particulares, que revelam modos particulares de ver e o mundo, as pessoas, as relações sociais, as lutas de poder.”

política, cultural e ideológica), assim como uma forma de poder sobre a sociedade como um todo, entalçando um “equilíbrio estável”. As lutas hegemônicas fazem parte de um processo de “instabilidade” nas relações de poder, que são maneiras de instaurar ou manter a hegemonia, principalmente, para sustentar e universalizar discursos particulares. (Fairclough, 2008, Ramalho & Resende, 2011)

De acordo com Fairclough (2008, p.92), “as identidades sociais são estabelecidas no discurso”, sendo essas consideradas parte da função da linguagem, como por exemplo, a função identitária. O processo de construção da identidade, segundo Castells (2010, p.22), tem como base o “atributo cultural, ou um grupo de atributos culturais inter-relacionados, o(s) qual(is) prevalece(m) sobre outras fontes de significado”.

Segundo Ramalho e Resende (2011), o discurso, como prática social, figura de três principais maneiras nas práticas: como ação e interação, como representação do mundo e como (auto) identificação. Essas maneiras estão relacionadas aos significados do discurso, elementos de ordem de discurso: gêneros (significado acional/relacional), discursos (significado representacional) e estilos (significado identificacional). A partir dos significados identificacionais, poderemos perceber como são os processos de formação de identidade sociais, no caso, a identidade da mulher negra, como são as relações de identificação e como se identificam os atores sociais. Diferente dos aspectos utilizados

por algumas categorias classificatórias, a identidade negra faz parte de um processo coletivo, de acordo com Castells (2010, p. 24), podemos encaixar em um dos processos de identidade, a identidade de projeto, no qual os atores sociais constroem uma nova identidade, “[...] capaz de redefinir sua posição na sociedade e, ao fazê-lo, de buscar a transformação de toda a estrutura social”.

A identidade negra, construída por meio de significados e representações dos atores sociais, perpassa pelo racismo estrutural e simbólico, como um processo histórico e com características encontradas nas relações raciais no Brasil. Uma dessas características, conforme Silva & Rosemberg (2008, p.77), é o mito da democracia racial, baseado nas relações cordiais e amistosas entre brancos e negros sem desigualdades de oportunidades; que são, na maioria dos casos, analisados como apenas desigualdades econômicas, bens materiais. Para modificar o discurso racista encontrado no processo de construção social brasileira, os movimentos sociais, como o Movimento Negro Unificado⁹, reivindicaram políticas afirmativas para negros, além de estabelecer novos discursos antirracista nos meios de comunicação em massa. A “branqueamento” ou branquitude está na mídia de várias formas, seja elas por meio do “silenciamento” sobre as desigualdades presentes

⁹ Silva & Rosemberg (2008, p. 78) “O termo racismo foi introduzido no Brasil apenas no final dos anos 70, período em que se constituiu nova organização do movimento negro: Movimento Negro Unificado.”

entre a sociedade branca e negra¹⁰, ou trazendo uma ideia de homogeneidade cultural, como brasileiros, sem fazer distinção das condições sociais e históricas.

Por meio das ADC, vamos analisar algumas categorias, como avaliação, interdiscursividade, intertextualidade, vocabulário e representação de atores sociais. Analisaremos, também aspectos da Gramática de Design Visual (GDV), com base em Kress e van Leeuwen (2000). A partir desse referencial, serão feitas análises de atores sociais, para assim, compreender quais as principais representações visuais, no caso, os anúncios publicitários, nas duas revistas *Raça Brasil* analisadas.

3. ANÁLISE DAS REVISTAS RAÇA BRASIL

Os gêneros principais em pesquisa, estabelecidos como *corpus* deste trabalho, são artigos de opinião, anúncios publicitários e entrevistas, que compõem duas edições da revista *Raça Brasil*, uma das primeiras edições, de nº 2, de outubro de 1996 (Figura 1, abaixo), e outra edição mais recente,



Figura 1 - Capa da revista *Raça Brasil*,

de nº164, de março de 2012 (Figura 2, abaixo):



Figura 2 - Capa da revista *Raça Brasil*, edição 164, 2012

Como já esclarecemos. Primeiramente a revista era produzida pela editora *Símbolo* e, hoje, pela editora *Escala*. Atualmente, a revista é mensal. Podemos perceber que a revista tem como objetivo principal representação da população negra nas diversas formas, sejam elas por meio da identidade negra, seja pela valorização do negro, sua ancestralidade, suas conquistas e suas transformações sociais ocorridas ao longo dos anos. A revista *Raça Brasil* passou por crises, a primeira edição contou com mais de 280 mil exemplares, diferentemente do ano de 2006, com apenas 50 mil exemplares, além das críticas relacionadas ao discurso racial da revista, como por exemplo, acusação de revista racista. A revista é lida, por sua maioria, de mulheres negras das classes A, B e C (Silva & Rosemberg, 2008, p. 06). Nas duas edições da revista *Raça Brasil*, edição A e edição B¹¹, é perceptível a apresentação de questões étnico-raciais e representação de atores sociais negros/as como objeto principal para construção da revista. Desta forma, podemos identificar a construção da revista como um

¹⁰ Silva e Rosemberg (2008, p.82). Pesquisas referentes ao discurso sobre brancos e negros na mídia.

¹¹ Revista *Raça Brasil*: edição nº 2 (edição A) e edição nº 164 (Edição B)

processo para “formação de identidades sociais ou pessoas particulares” (Ramalho & Resende, 2010 p.67), já que o uso desse gênero, como uma ferramenta de poder e de conquista, pode modificar ou fazer refletir os múltiplos discursos socialmente construídos. Hoje, esses discursos podem ser pautados, também, nas tendências capitalistas que buscam a população negra como parte de um mercado consumidor (Araújo, 2002; *apud* Silva & Rosemberg, 2008).

No sumário já podemos perceber que algumas temáticas ainda são recorrentes nas duas revistas, edições A e B. As mudanças ocorridas estão mais relacionadas a artigos e matérias escolhidas, em que a maioria dos conteúdos ainda são voltados para as questões étnico-raciais, trazendo mais críticas e reflexões no que se refere a história, a cultura e a ancestralidades negra, ou seja, questões relacionadas a construção de uma identidade negra. Também é majoritária a presença das mulheres negras na revista, em entrevistas, em artigos de opinião, entre outros, o que reforça o direcionamento de um público alvo mais definido para a revista *Raça Brasil*, ou seja, um público feminino e, também, a presença da mulher negra é significativa nas edições A e B. Porém, o que difere nas duas edições são os anúncios publicitários, em que são apresentadas somente mulheres brancas na revista de 2012. Os fatores que as diferencia de outras revistas, com os mesmos ou alguns gêneros - ordens do discurso - presentes, como em algumas revistas voltadas para o público feminino, isto é, revistas similares ao conteúdo da revista *Raça Brasil*, há uma

inversão de papéis sociais, representados majoritariamente por mulheres brancas, como protagonistas nas capas. Na capa das revistas (edição A e B), averiguamos que as mulheres negras começam agir como atores sociais que, segundo Castells (2010), podem ser incluídas nas identidades de projeto, pois reconstroem uma nova representação em as mulheres negras também fazem parte, em capas de revista.

Perante um discurso racista, segundo Silva e Rosemberg (2008), representar o negro nos meios de comunicação em massa, neste caso, nas mídias, tem sido um luta constante, principalmente os relacionados a interesses mercadológicos. Esse ponto pode ser um dos elementos mercadológicos para a compra, ou não, de uma revista, em que o foco do conteúdo representacional está as mulheres negras. Para a aquisição de bens simbólicos, neste caso a revista, ainda não é adquirida por grande parte da população negra, que permanece em classes sócio-econômicas mais baixas.

Como já citado anteriormente, o perfil da mulher negra foi mudando ao longo dos anos no Brasil, assim como a revista, o novo protagonismo da mulher negra trouxeram novas demandas para compra e venda de bens simbólicos que representem a mulher negra na atualidade.

Para análise da revista, podemos fazer uma pequena tabela relacionando as principais temáticas abordadas, conforme ilustra a Tabela 1:

REVISTA / ASSUNTO	EDIÇÃO Nº2 (edição A)	EDIÇÃO Nº 164 (Edição B)
CABELOS (artigos)	2	1
CABELOS (anúncios publicitários)	5	0
CORPO	2	1
MOVIMENTOS SOCIAIS	1	3
INTELECTUALIDADE NEGRA	1	4
CINEMA	1	1
LIVROS	1	2
RELIGIOSIDADE	1	1
DANÇA	2	1
MÚSICA	4	6

Tabela 1 - Principais temáticas abordadas no *corpus* de pesquisa

Na tabela, verificamos as principais mudanças ocorridas nas edições de 1996, edição A (nº 2), e de 2012, edição B (nº 164). Os assuntos pautados nas características físicas da população negra, principalmente das mulheres negras, é destaque nas duas revistas - cabelos e corpo. Na edição A, a presença de características são, basicamente, traços negros, conforme os exemplos dos títulos dos artigos:

Exemplos (1A):

Antes e Depois - Corte radical dá aos cabelos leveza e modernidade [p.24]

Cabelos lindos, leves e soltos - Receitas e dicas para cuidar da cabeleira em casa ou no salão. [p.46]

Banho de beleza - Um dia para você cuidar da pele do corpo inteiro. [p.80]

Na edição B, percebemos os mesmos tratamentos para o cabelo na revista mais atual, como ilustra os exemplos:

Exemplo (1B):

Cabelo crespo - ontem, hoje, e sempre [p.37]
Olhos coloridos - admiração, curiosidades e polêmicas. [p.68]

As duas revistas trazem uma valorização da beleza negra, fazendo referência a luta de uma identidade negra, que também está/estava presente nos cabelos e nos corpos de negros/as. O aspecto “cuidar” do cabelo de pessoas negras é caracterizado como diferencial, principalmente para a utilização de produtos químicos, mostrados nos anúncios publicitários (edição A).

Na reportagem sobre cabelos nas duas revistas, *Cabelos lindos, leves e soltos* (edição nº 2, p.46-

50) e *Cabelo afro, ontem, hoje e sempre* (edição nº164, p.36-41), percebemos a permanência de assuntos relacionados a estética, mais especificamente a “cabelos”.

Na revista de 1996, edição nº 2, a reportagem apresenta uma mescla de anúncio publicitário e reportagem, no subtítulo, em que aparecem palavras relacionadas a vendas e, outras, relacionadas a divulgação de informação, ou seja, a reportagem:

Exemplo (2A):

Com cuidado e produtos especializados, já é possível conseguir aqueles look invejável das modelos e estrelas de cinema. A indústria cosmética tem grandes novidades e até mesmo em casa pode-se preparar eficientes máscaras. [*Cabelos lindos, leves e soltos*, edição A, p.47].

As palavras em destaque estão sublinhadas na própria revista, enfatizando uma suposta “necessidade” de utilização e consumo de “produtos especializados” e “máscaras” para que a mulher obtenha o melhor resultado, um “look invejável”. A reportagem tenta fazer com que o/a leitor/a se sinta a vontade para comprar, faz da informação a ser dada uma opção de compra de produtos.

Analisamos a reportagem da revista de 2012, edição nº164, que apresenta características de um discurso de valorização dos cabelos crespos e cacheados como um processo de autoafirmação e autoestima. Percebemos a utilização de diferentes vozes para a construção da reportagem, ao mesmo tempo em que há uma representação da revista *Raça Brasil* como um todo, também utiliza outras vozes para legitimar o que se é dito e apresentado

no texto. O discurso direto é constante na apresentação, como especialistas na área, como exemplo da autora do livro, *Força negra - a luta pela autoestima de um povo*, Lucinda Maia (“Foi como lembrar os bons momentos em que curtíamos os bailes ‘black’. O ritual nunca era o mesmo [...]”), para assim, validar e reforçar a importância dos cabelos na identidade negra.

Algumas metáforas e a seleção vocabular também são utilizadas para compreender o processo e os cuidados com o cabelo, além das comparações com a escravidão, o ato de raspar os cabelos em: “Para os escravos, porém, este ato equivalia à mutilação, uma vez que o cabelo era uma das marcas de sua identidade.”; percebemos duas palavras importantes, *mutilação*, que faz uma referência do “cabelo” como parte do corpo, um membro, assim como *marca*, que se refere a algo que simbólico, que distingue de outros cabelos, pertencente à população negra, como forma e prática de identidade, nos dois exemplos.

O discurso da valorização do “cabelo” das mulheres negras se faz presente nos diferentes gêneros encontrados nas revistas, ou seja, para uma construção identitária de mulher e de negra, o “cabelo” se torna um forte elemento para construção de novos significados, e, portanto, uma significação de si própria para construção de uma identidade negra que também está representada no “cabelo”. Segundo Ramalho e Resende (2010, p.68), para o processo de identidade é “necessário considerar tanto as permissões e constrangimentos sociais que constituem as identificações”, isto é,

construção das autoidentidades, originando transformações.

Podemos trazer também, como parte do contexto identidade na revista *Raça Brasil*, as lutas contras as ideologias operantes na representação da mulher negra, que buscam mudanças discursivas na estereotipagem e nas posições, nas quais são “tradicionalmente ocupadas” por mulheres negras. Um exemplo desse processo histórico é a desvalorização da beleza negra. Outro apontamento importante nas revistas, edições A e B, é o espaço dado para entrevistas e movimentos sociais de pessoas negras (Tabela 1). Porém, as revistas se diferem em quais atores sociais estão nos espaços concedidos, papéis sociais devolvidos por pessoas negras, por exemplo, artistas, ao invés de pessoas “comuns”, que fazem parte de contexto de luta social. Na edição B, encontramos mais sobre novos movimentos relacionados a pessoas negras, apresentando suas atividades e eventos sociais e culturais (música, dança, poesia e teatro), como, por exemplo, no conteúdo apresentado nos artigos: *Reggae favela* (música), *O caminho de Dora* (projeto social) e *2ª Semana Afro-Cena* (cultura negra).

Em artigos ou conteúdos nas revistas aparecem termos que buscam valorizar pessoas negras, palavras que rememoram questões étnico-raciais, como podemos identificar na edição B, conforme os exemplos:

Exemplo (3B)

O resgate da cultura e a ção do negro vêm junto com a sua estética e, um dos pontos mais relevantes nessa relação com os cabelos.

[Revista B, *Cabelos afro - ontem, hoje e sempre*. p.38]

O que para muitos moradores da região era motivo de indignações, se tornou um ato de reconhecimento de que algo estava mudando com relação à comunidade negra paulista. [Revista B, *Nuvem black nos jardins*, p.44]

Percebemos que esses trechos, além de outros encontrados na revista, apresentam uma seleção lexical que procura enfatizar a valorização da população negra, além da demonstração de pertencimento a algo coletivo e, não somente, individual.

Nos anúncios publicitários da edição A, há predominância da representação imagética de mulheres negras, mesmo fazendo o uso de estereótipos para propaganda de produtos de beleza. As ordens do discurso da publicidade, encontradas na edição A, estão no gênero publicitário. Há também uma hibridização dos discursos publicitários, pois as propagandas utilizam a temática racial, com um discurso “anti-racista” para a venda de produtos. A imagem da mulher negra é prioritária na revista A, diferentemente da revista B, em que todos os anúncios publicitários trazem representações imagéticas de mulheres brancas.

De acordo com Silva e Rosemberg (2008), o processo observado em anúncios publicitários em que havia poucos negros, invisibilizados, na década de 1990, foi resultante do receio de empresas relacionarem seus produtos a negros. No entanto, observam-se mudanças na revista, que passa a estabelecer novas avaliações e críticas mais profundas sobre relações étnico-raciais na

sociedade. Alguns artigos, encontrados na edição B, marcam novos movimentos e diálogos com problemas atuais que estão relacionados à população negra, assim como novas demandas de uma população que está, aos poucos, se instrumentalizando sobre questões étnico-raciais e gênero social. Um exemplo dessas matérias está nos artigos: *Em defesa da lei 10.639*¹² (p.4-8) e *Crocheteira de palavras* (p.46-47), na revista *Raça Brasil* de 2012, edição B, procurando novos debates necessários para uma construção de uma identidade negra fora dos “padrões” também estabelecidos pelo racismo estrutural (Silva & Rosemberg, 2008) e midiático.

Para ilustrar o que verificamos no *corpus* de maneira mais recorrente, selecionamos a imagem de um anúncio publicitário da revista, edição A (nº2, p.23), em que há uma composição de linguagem não-verbal (imagem) e linguagem verbal, o anúncio, venda de perfume: “O tempero de uma cor e essência de uma raça”. Percebemos a presença de uma pessoa, a representação de uma mulher negra, no caso, que seria a personificação da sentença que está acima da imagem e apresenta a mulher negra, jovem, em sua mais pura “essência”, os cabelos, a cor de sua pele negra. Somente ela está imagem, como a “parte” que representaria o “todo”, isto é, as



Figura 3 - Revista *Raça Brasil* (1996, p. 23) Figura 4 - Revista *Raça Brasil* (2012, p. 84)

Nas imagens apresentadas na revista, percebermos como é a representação visual de atores sociais na revista *Raça Brasil*, “como são representadas e como se relacionam com o observador”, segundo as funções representacionais e interacionais (Kess & van Leeuwen, 1996, 2000 *apud* Magalhães, 2007), como ilustra a Figura 3:

leitoras negras, potenciais consumidoras do perfume promovido. O olhar está diretamente voltado para o leitor/*viewer*/ observador, ou seja, segundo Magalhães (2007), o vetor está direcionado para o observador, a leitora. No anúncio, é notável o apelo sensual da aproximação metafórica entre “mulher negra” e “sabores” de

¹² A Lei 10.639-03 institui a obrigatoriedade do ensino de história da África e de afrodescendentes nas escolas.

alimentos: “cravo”, “canela”, “tempero”.
Vejamos na Figura 4.

Na revista *Raça Brasil*, de 2012, edição nº164, percebemos que não há a mesma representação de mulheres negras nos anúncios publicitários, como os apresentados na edição de 1996. Em todos os anúncios, há somente mulheres brancas, como, por exemplo, na última página da revista. Na imagem superior da imagem, a mulher branca é representada, em uma estrutura narrativa, fazendo exercícios físicos, concentrada. Na parte inferior, uma mulher de negócios é representada, pronta e disposta para o trabalho, em primeiro plano, demonstrando a eficiência do “complexo vitamínico”. Como um processo de ação, na primeira imagem superior, o vetor, o olhar, está voltado para os exercícios, mas, na imagem inferior, a mulher branca é representada com o vetor, o olhar, voltado para o leitor/viewer/observador, o que pode ser visto como um apelo publicitário dirigido à leitora. Como exemplo do que verificamos no *corpus*, a “sensualidade” da mulher negra da Figura 1 contrasta com a representação do “profissionalismo” da mulher branca da Figura 2.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo dos anos, a mulher negra foi lutando pela conquista de novos espaços. Os estereótipos construídos, a partir da escravização da população negra, foram predominantemente reproduzidos social e culturalmente. Não se pode negar a influência do processo histórico da mulher negra na sua construção identitária na

contemporaneidade, que se difere do processo da mulher branca no Brasil, ou mesmo do próprio homem negro. O racismo, hoje, ainda é ponto de debates e polêmicas, porém, aos poucos, percebemos novas mudanças e críticas para o processo de construção de uma identidade negra, principalmente da mulher.

A identidade da mulher negra é apresentada de diversas formas, as representações e a valorização são presentes nas duas edições da revista *Raça Brasil*, porém, em grande parte das reportagens, artigos, anúncios publicitários, a produção da revista como um todo ainda utiliza o corpo e o cabelo como formas de significação para construção de uma identidade, muitas vezes associada a “sensualidade”. São notórias as mudanças ocorridas entre nas edições de 1996, nº 2, e a de 2012, nº 164: a revista trouxe mais criticidade em seu conteúdo. O uso de um vocabulário que remete a memória e reconhecimento da cultura negra são elementos constantes, estende-se também nas múltiplas manifestações para a representação de negras/os.

Verificamos, no entanto, que nas duas edições predominam assuntos relacionados a cabelos e o corpo, ou seja, o uso de novos elementos para a construção de uma identidade negra, de uma mulher negra, ainda são poucos, mesmo depois de 16 anos, de 1996 a 2012. Apesar de serem esses os principais elementos constitutivos de uma revista feminina no Brasil, questionamos: será que as mulheres negras estão em um mesmo parâmetro social, cultural e histórico, em que a oferta e consumo são iguais para a mesma demanda?

Nessas análises, procuramos perceber novos apontamentos relacionados as questões étnico-raciais e gênero social. A representação da história, ancestralidade, cultura negra faz com que a revista procure regatar suas raízes, e assim, representar a população negra e, principalmente, a mulher negra. No entanto, as formas de luta em combate ao racismo estrutural, ao branqueamento, entre outros, se fazem presentes nas revistas, mas as mudanças sociais acerca das relações étnico-raciais e de gênero social no Brasil ainda são escassas. Os resultados deste estudo inicial indicam que a revista mostra-se um espaço de conflito entre a tradição racista e as novas identidades de projeto (Castells, 2010), ou seja, identidades construídas por agentes sociais que buscam redefinir sua posição na sociedade.

REFERÊNCIAS

- ANDRE, Maria da Consolação. *O ser negro: um estudo sobre a construção da subjetividade em afro-descendentes*. Tese de Doutorado em Psicologia. Universidade de Brasília, 2007.
- CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade - A era da informação: economia, sociedade e cultura*, São Paulo: Paz e Terra, v.2, 2010.
- MAGALHÃES, Célia, *Racismo visual em anúncio na Emma Wardas 2003/2004: um estudo da representação visual de atores sociais*, UFMG, 2007.
- CHOULIARAKI, Lilie & FAIRCLOUGH, Norman. *Discourse in late modernity: rethinking Critical Discourse Analysis*. Edinburgh: Edinburgh University, 1999.
- DIJK, Teun A., *Racismo e discurso na América Latina*. São Paulo: Contexto, 2008.
- GIACOMINI, Sônia Maria. *Mulher e Escrava - Uma introdução ao estudo da mulher negra no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1988.
- FAIRCLOUGH, Norman. *Analysing discourse: textual analysis for social research*. London; New York: Routledge. 2003.
- _____. *Discurso e mudança social*. Brasília: Universidade de Brasília, 2001, 1ª reimpressão 2008.
- SECAD. Ministério da Educação/Secretaria da Educação Continuada, *Orientações e Ações para a Educação das Relações Étnico-Raciais*. Brasília: SECAD, 2006.
- OLIVEIRA, Fátima. RIBEIRO, Matilde & SILVA, Nilza Iraci. *A Mulher negra na Década - a busca de autonomia*. Geledés - Instituto da Mulher negra. *Caderno Geledés* 5, 1995.
- SILVA, Francisca Cordélia Oliveira, *A construção social das identidades étnico-raciais: uma análise discursiva do racismo no Brasil*. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Linguística. Universidade de Brasília, 2009.
- SILVA, Paulo V. Baptista da, & ROSEMBERG, Fúlvia. *Brasil: lugares de negros e brancos na mídia*. In: VAN DIJK, Teun. A. *Racismo e discurso na América Latina*. São Paulo: Contexto, 2008, p. 74-117.
- RESENDE, Viviane de Melo & RAMALHO, Viviane. *Análise de Discurso Crítica*. São Paulo: Contexto, 2006. 1ª reimpressão 2009.
- RAMALHO, Viviane & RESENDE, Viviane de Melo. *Análise de discurso (para a) crítica: o texto como material de pesquisa*. Campinas: Pontes, 2011.
- THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.