

WENCESLAU, W.S.; MENDONÇA, M. L. M. Mulher Negra e representatividade na mídia: um estudo de caso das revistas Raça e Marie Claire de junho de 2004 a junho de 2005. In: CONGRESSO DE PESQUISA, ENSINO E EXTENSÃO DA UFG – CONPEEX, 2., 2006, Goiânia. **Anais eletrônicos do XIII Seminário de Iniciação Científica** [CD-ROM], Goiânia: UFG, 2006. n.p.

---

## **Mulher Negra e representatividade na mídia: um estudo de caso das revistas Raça e Marie Claire**

**WENCESLAU**, Waléria Santos; **MENDONÇA**, Maria Luiza Martins

Palavras-chaves: mídia, representatividade, mulher negra.

### **1. INTRODUÇÃO**

O crescimento, em alcance e penetração, da indústria cultural em toda sua multiplicidade de suportes, dos impressos aos audiovisuais e eletrônicos, a coloca como um dos mais importantes elementos da produção simbólica. O incremento de sua presença no cotidiano dos indivíduos torna pertinente questionar o papel que a indústria cultural desempenha nas formas de representar a sociedade, e conseqüentemente, na construção da subjetividade.

Se partirmos do entendimento de que os meios de comunicação não apenas repassam as representações sociais sedimentadas no imaginário social, mas também se instituem como agentes que operam, constroem e reconstróem no interior da sua lógica de produção os sistemas de representação, levamos em conta que eles ocupam posição central na cristalização de imagens e sentidos sobre a mulher negra. Muito tem se falado a respeito das implicações dessas imagens e dos mecanismos capazes de promover deslocamentos para a afirmação positiva desse segmento.

Por outro lado entendemos que os meios de comunicação vêm se constituindo em um espaço de interferência e agendamento de políticas do movimento de mulheres negras, pois a naturalização do racismo e do sexismo na mídia reproduz e cristaliza, sistematicamente, esteriótipos e estigmas que prejudicam, em larga escala, a afirmação de identidade racial e valor social a esse grupo.

Analisar de que forma a temática mulher negra vem sendo abordada pela grande mídia, em especial nas revistas Raça e Marie Claire, identificando até que ponto essa abordagem corrobora para a construção de um novo feminino que incorpore as especificidades da mulher negra brasileira, torna-se objetivo deste trabalho.

### **2. METODOLOGIA**

Esse trabalho é um estudo de caso das revistas Raça e Marie Claire que tem como objetivo maior identificar como a mulher negra está sendo representada na mídia escrita, baseando-se para isto em duas revistas de grande circulação. Para isso, destacamos, dentro dos veículos de comunicação de massa, o segmento de revistas. Dentro deste segmento ainda temos mais uma sub-divisão: o de revistas “femininas”. Entendemos por revistas “femininas” aquelas em que as mulheres compõem o seu público-alvo. Em geral, são também escritas e produzidas por mulheres. Trata-se então, de um universo categoricamente feminino. Para que os objetivos deste trabalho sejam alcançados utilizaremos as propostas da Análise do Discurso que indicam que a compreensão dos

discursos, assim como sua construção deve se inscrever em um quadro mais amplo em que se situam as diversas idéias de uma determinada época.

Os conteúdos das revistas serão analisados levando-se em consideração a existência de categorias que pretendem direcionar a investigação de modo a possibilitar a verificação dos objetivos deste trabalho

Fazemos aqui uma ressalva que apesar do título do trabalho sugerir que as revistas analisadas seriam de junho de 2004 a junho de 2005 não encontramos no mercado as edições da revista Raça do ano de 2004, por isso, reorganizamos a pesquisa para a análise das revistas do ano de 2006 (que foi quando começamos a análise empírica das revistas, nos meses anteriores estávamos focados na leitura bibliográfica e levantamento de artigos científicos sobre o tema, conforme consta no cronograma de execução apresentado no projeto de pesquisa). A mudança do ano de análise das revistas, porém, não prejudica o conteúdo crítico do trabalho.

### **3. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

A imprensa feminina – direcionada exclusivamente às mulheres – “pasteuriza” a mulher, ou seja, cria um modelo ideal de mulher e sugere que todas sejam como ela, tanto fisicamente quanto no comportamento. Para isso, as matérias trazem sugestões de comportamento, vestuário, maquiagem, etc. As revistas tornam-se, para algumas mulheres, referência nas suas vidas, de modo que passam a agir como sugerem as reportagens. Os títulos “emagreça com prazer”, “como conquistar o homem ideal”, “os melhores produtos para tratar os cabelos”, “dicas de vestuário” e muitas outras “dicas” fazem parte de todas as edições das revistas “femininas”.

Na revista Marie Claire não encontramos produtos voltados para a mulher negra, nem matérias que especificassem e trabalhassem a mulher negra como uma diferença a ser valorizada. Porém, com o sucesso do ator Lázaro Ramos, passando por cima de todos os preconceitos e estigmas, encontramos uma entrevista com o mesmo na edição nº 178, de janeiro de 2006, da revista Marie Claire. Isso mostra que sempre existe uma brecha. Sempre é possível resistir e que os poucos negros que estão ascendendo de forma positiva em nossa sociedade acabam por obrigar essa mesma sociedade a vê-los de outra forma. Tanto que a matéria que traz sua entrevista é intitulada “Jóia Rara”.

A reduzida cobertura de temas relacionados ao negros foi percebida pela revista Raça Brasil, o primeiro meio de comunicação impresso, de grande alcance, direcionado ao público negro. No seu lançamento, a revista atingiu uma tiragem de 280 mil exemplares, um fenômeno editorial (atualmente a tiragem é de 50 mil exemplares).

A Raça Brasil surgiu no mercado em 2 de setembro de 1996, com a proposta de resgatar a auto-estima dos negros, através de matérias que falam de moda, comportamento, produtos e entrevistas com representantes da raça negra em destaque na sociedade.

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 e cuidados especiais e sugestões de produtos que realcem a beleza.

É uma revista que, apesar de ser voltada para o público negro, não quer tomar nenhum posicionamento político e nem pretende estar em consonância com o pensamento do Movimento Negro Brasileiro.

Poderia-se dizer que o fato da revista não querer tomar um posicionamento político e sim comercial a transforma em uma revista controversa. Ao mesmo tempo em que temos matérias com mulheres negras de destaque, como na revista do ano 10, nº 97, que traz como reportagem de capa a atriz Camila Pitanga e uma extensa entrevista sobre sua vida, a revista, traz também, a matéria “Eu só quero namorar”, destacando homens brancos que querem namorar mulheres negras, mas preferem não casar – um velho preconceito vivido pelas mulheres brancas em nossa sociedade.

#### **4. CONCLUSÃO**

Entendendo o poder de alcance dos meios de comunicação de massa percebemos de grande relevância não só acadêmica, mas também social, estudos que abordem as especificidades das mulheres negras no âmbito dos meios de comunicação de massa e, assim, dêem condições para a transformação da realidade objetiva e subjetiva dessa parcela da população e de agentes sociais que queiram de fato atuar em processos que objetivem a criação de novas matrizes culturais. Assim, chegamos ao final do nosso percurso. No entanto, a trajetória e a luta das mulheres negras por emancipação e reconhecimento continua. Elas estão na contramão da história, mas trabalhos como esse esperam contribuir para que as mulheres negras possam ter condições de lutar por sua emancipação e pela mudança de nossa sociedade, ao revelar os avanços e os atrasos que ainda temos na mídia em relação á essa questão.

#### **5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

HALL, Stuart. **Da diáspora: Identidade e Mediações Culturais** / Stuart Hall.

Organização Liv Sovik; Tradução Adelaine La Guardiã Resende... [et all]. . Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representações da Unesco no Brasil, 2003.

ORLANDI, Eni P. **Discurso e Leitura**. São Paulo: Cortez, 1996.

\_\_\_\_\_ **A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso**.

Campinas, São Paulo: Pontes, 1996.

SILVA, Thomaz Tadeu (org.) **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000.

#### **FONTE DE FINANCIAMENTO – CNPq/PIBIC**

- 
1. Bolsita de Iniciação Científica – Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia/UFG, [waleriawenceslau@yahoo.com.br](mailto:waleriawenceslau@yahoo.com.br)
  2. Orientadora – Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia/UFG, [ma.luisa@terra.com.br](mailto:ma.luisa@terra.com.br)