

ENQUADRAMENTO E REPRESENTAÇÃO DA MULHER NEGRA NAS CAPAS DA REVISTA VIP¹

Bruno Rosa
Danilo Araújo²
Ceres Santos³

Resumo

Este trabalho analisa as representações da mulher negra nas capas da revista VIP, no período de janeiro a junho de 2013, totalizando seis edições. Nesse sentido recorreremos aos conceitos de representação social, segundo Stuart Hall (2010), de gênero, com Lacerda (2010) e raça e racismo, Kalina Vanderlei Silva e Maciel Henrique Silva (2006); e Ruth Cavalcante Neiva (2015), respectivamente. Também tratamos da teoria do enquadramento, ancorando-se nos em Erving Goffman (1986) e Mauro Porto (2002). Realizamos uma leitura quali-quantitativa das imagens expostas nas capas destacando seus enquadramentos e aplicamos a mesma metodologia para interpretar os títulos e chamadas de capa. Assim, constatamos que a revista aborda a imagem feminina com forte apelo sexual e, quando se refere à presença da mulher negra, ou ela é invisibilizada ou recebe uma forte carga de sexualização e de estereotipização.

Palavras-chave: Mulher negra, Enquadramento, Representação social, Estereotipo

Introdução

Este trabalho buscou identificar como a mulher é representada nas capas da Revista VIP, mais particularmente, a mulher negra, a partir de seis edições, publicada entre janeiro e junho de 2013. Nesses números analisamos as imagens de capa e todos os elementos textuais que as compõem: chamadas, títulos e legendas. As chamadas expostas nas capas das revistas, além de servirem como elementos propagandísticos, provocam uma leitura induzida.

Embora a população feminina seja maioria no Brasil, conforme aponta os dados do senso do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE) ⁴, com um total de 51,03% dos habitantes, ainda encontra-se em desigualdade de gênero e raça em diversos segmentos, a exemplo dos meios de comunicação. Ainda de acordo com o IBGE, analisando o nível de escolaridade da população brasileira, há um total de 157 628 796 pessoas alfabetizadas. Desse total, 51,50% são do sexo feminino e dessa porcentagem, 47,99% são mulheres

¹ Trabalho apresentado na Divisão temática na Área 8 de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduandos em Comunicação Social/ Jornalismo em Múltiplos Meios. Bolsistas, Programa de Iniciação Científica – UNEB – PICIN. bruno_emanoel@hotmail.com; Fundação de Amparo e pesquisa da Bahia- FAPESB. dbsadanilo@gmail.com, respectivamente.

³ Mestre em educação. ceresantos3@gmail.com

⁴ Utilizamos o senso de 2010 população residente, por cor ou raça, segundo o sexo e os grupos de idade - Brasil – 2010

negras. Observando o item rendimento nominal mensal (salário mínimo) da população brasileira com base na condição de alfabetização e classe percebe-se que dentro dos grupos que recebem até um salário mínimo, 55,20% são mulheres e que à medida que os rendimentos crescem e chegam a dois salários mínimos, os dados mostram que há uma concentração desigual na distribuição entre homens e mulheres. Quando esses dados atingem até 30 salários mínimos a população masculina chega a ser três vezes mais presente do que a feminina. Afora isso os dados indicam que quando as mulheres, mesmo tendo nível de alfabetização semelhante ao dos homens, recebem menos que eles.

Essa exclusão das mulheres também se faz presente no espaço midiático. Vera Vieira (2010) descreve que, “as vozes femininas são marginalizadas, mulheres são retratadas mais como vítimas, repórteres femininas fazem coberturas de historias leves e a desigualdade de gênero não é considerada noticia”.

As mulheres negras sofrem por questão de gênero e, ainda, por questão de raça, por parte dos meios midiáticos, publicitários e de comunicação que fortalecem essas opressões. Quando nos referimos às mulheres negras, a sua participação é pequena tanto no mercado de trabalho como na mídia em relação à mulher branca, conseqüentemente, também em relação ao homem branco. Com base nas análises do Instituto de Pesquisa Aplicada (IPEA)⁵, observamos diferenças nas taxas de desemprego entre homens brancos e mulheres negras. Enquanto os homens brancos possuem a menor taxa, 5%, as mulheres negras estão no extremo, com 12%.

Essa característica evidencia que as mulheres negras sofrem duplamente com a discriminação, pois são discriminadas no mercado de trabalho - incluindo aqueles com maiores remunerações -, por serem mulheres e, são também excluídas de profissões onde a presença da mulher é predominante⁶ por serem negras. Isso é perceptível nos espaços midiáticos, onde é forte a invisibilização da mulher negra.

A mercantilização da imagem da mulher está presente em uma variedade de propostas publicitárias. Uma das mais frequentes é a de objeto sexual e de consumo. No caso das mulheres negras, a sua representação pela mídia pode ser compreendida a partir de uma herança escravocrata, patriarcal, racista e machista, que utilizou a sua imagem com conotação sexual e utilitária. E mais: sua imagem é pouco vinculada a padrões de beleza a serem absorvidos pelo conjunto da sociedade. Conforme, afirma Silva (2003):

⁵Utilizamos o Retrato das desigualdades de Gênero e Raça do Instituto de Pesquisa e Participação Econômica Aplicada – 2011.

⁶ Atribuimos aos empregos que majoritariamente é composto por mulheres

A situação da mulher negra no Brasil de hoje manifesta um prolongamento da sua realidade vivida no período de escravidão com poucas mudanças, pois ela continua em último lugar na escala social e é aquela que mais carrega as desvantagens do sistema injusto e racista do país (p.1).

Esse quadro de exclusão tem fomentado o estabelecimento de Políticas Afirmativas para negros no Brasil, para que os direitos sociais e individuais sejam assegurados. Foi necessário, por exemplo, a criação da Lei 12.288/10 promulgada em 20 de junho de 2010, o Estatuto Social da Igualdade Racial, que dentre outras disposições, no capítulo VI, estabelece cotas para negros nos produtos midiáticos como programas de televisão, cinema, peças publicitárias e telenovelas, assim como leis a exemplo da 10.639, para, na área da Educação, preservar a histórico-cultural dos afrodescendentes.

Partindo desse contexto escolhemos a Revista VIP para esse estudo por ser um veículo de grande circulação no cenário nacional com uma tiragem de 54.571 exemplares, possuindo 22.082 assinantes e com uma circulação líquida⁷ de 34.584 de revistas. A revista conta com a participação majoritária de leitores do sexo masculino, 72% com faixa etária entre 25 e 34 anos. Trinta e um por cento desses leitores são da classe B (PUBLIABRIL, 2015).

Histórico da Revista

A revista VIP pertence ao grupo Abril, sua primeira edição foi lançada em 1981 e foi pensada para ser uma extensão (um encarte) da revista Exame. Mas, a partir de 1982, foi publicada individualmente e na sua 12ª edição trouxe uma novidade na capa: uma mulher. Essa revista segue um gênero jornalístico que enfoca a sexualidade, de forma mais “leve” que a *Playboy*, em geral, com modelos seminuas e em posições provocantes. Ela tem um perfil, um cunho sexual evidenciando a manutenção de padrões de beleza e, ainda, alimenta estereótipos. Ela é mensal e seu público alvo é o masculino. Suas temáticas têm referências ao sexo, moda e esportes.

Discussão da literatura

Para elucidar melhor como as mulheres negras são pautadas na Revista Vip, entendemos ser necessário refletirmos sobre o Brasil, país que passou por um processo de colonização e teve como uma das características principais a escravização de africanos. Como afirma Gomes e Reis (1996, p.9) foram desembarcados no Brasil cerca de 40% dos africanos escravizados nas Américas - cerca de 15 milhões. É importante destacar como as mulheres

⁷ É o total de circulação única de um determinado veículo da mídia impressa.

negras eram tratadas no período escravocrata e de que forma isso se manteve ao longo dos séculos subsequentes e as consequências que ainda permanecem. Segundo Santos e Pinheiro (2011, p. 1) ao analisar a obra de Alfredo de d'Escragnolle Taunay, “A Mocidade de Trajano”, publicado em 1871:

[...] Estereótipo da mulher vista “não como ser humano”, mas isenta de sentimentos e sonhos e Ursula, retratada apenas como um instrumento de trabalho ou mão de obra gratuita isenta de valores ou afeições [...]" (SANTOS R. 2011, p.1)."

As mulheres negras exerciam, basicamente, dois papéis na sociedade colonial do Brasil, conforme descreve Lacerda (2010 p.45). “As mulheres escravas, por sua vez, foram vítimas de uma série de formas de abuso – além do trabalho, tiveram outra incumbência, a da satisfação sexual do colono privado”. As negras escravizadas trabalhavam para os ‘seus’ senhores nas casas e nas ruas como vendedoras. Também exerciam outras atividades, garantindo o sustento das mulheres brancas já os homens brancos tinham o domínio da sua liberdade e eram proprietários de seus corpos, sujeitos a estupros, inclusive de seus senhores e capatazes. Ao serem trazidos para atualidade, esses fatos, muitas vezes, mostram e servem para justificar que a imagem da mulher negra ainda está atrelada a rejeição e/ou desejo sexual, a tentativa de controle de seus corpos, conforme descreve Lacerda:

A tradição conservadora no Brasil é marcada pelo ‘sadismo do mando’, a mesma característica que marcou as relações (sexuais) entre os extremos do opressor e oprimido: o senhor branco e a mulher escrava. Isso porque, se o ‘mais profundo antagonismo’ é entre o senhor escravo, iluminando essa relação com a perspectiva de gênero o antagonismo mais profundo é entre o *senhor e escrava* (LACERDA, 2010 p.51 grifo do autor).

Assim, ao refletirmos sobre a representação do negro\negra na publicidade, fica perceptível que os/as negros/as estão inseridos/as em lugares que lhe são ‘permitidos’ - a “lugares líquidos”, entendendo esses lugares como os espaços em que ser negro/a não é um impedimento. Em alguns casos, pode até ser uma prerrogativa facilitadora para alguns setores como o do trabalho doméstico, futebol e prostituição. Segundo Belchior (2014, p. 1) “os lugares que não são permitidos a população negra está em menor parcela, necessitando da criação de leis que garantem o acesso dessa população, como a lei 12.228/10 que trata do acesso ao emprego para atores, técnicos e figurantes negros”.

Na atualidade a representação das mulheres negras ainda está associada sua sexualidade, inclusive, reproduzida pela mídia. Um exemplo foi o polêmico seriado da TV Globo,

veiculado no verão de 2015 “O sexo e as nega”, que exibia um grupo de mulheres negras ávidas sexualmente e que não foram inseridas, em nenhum momento, na real dimensão que este grupo vem adquirindo, como o seu crescente aumento de escolaridade, ocupação de funções qualificadas e de cargos de poder (ainda que minoritários).

Metodologia

O desenvolvimento das linguagens, das culturas e da escrita foi e é a base fundamental para o processo de Comunicação. As informações são transmitidas por diferentes veículos, e na atualidade grandes parcelas das notícias, são produzidas por poderosos conglomerados. A mídia tem a capacidade de influenciar e fazer as pessoas a pensarem e discutirem sobre um determinado assunto, gerando uma opinião pública. Deste modo, há a inclusão e exclusão de conteúdos e são feitos recortes sobre o assunto ou tema em questão. Essa seleção do que é ou não noticiável está fundamentada na teoria do enquadramento.

A teoria do enquadramento abrange diversas áreas de estudo. De acordo com Aita (2010), a primeira articulação teórica, em que estavam sendo aplicadas as interações sociais, foi desenvolvida por Erving Goffman (1986). Na área da Comunicação a filósofa Gaye Tuchman (1978), foi pioneira em demonstrar como as notícias impõem um enquadramento que define e constrói a realidade, como afirma autor Mauro Porto (2002, p.79). Ainda segundo Porto apud Gitlin (2002, p.6), os enquadramentos para análise da mídia são:

[...] Enquadramentos da mídia são padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, através dos quais os manipuladores de símbolos organizam o discurso, seja verbal ou visual, de forma rotineira’ (GITLIN, 1980, p. 7) (tradução do autor).

Desse modo o enquadramento favorece a maneira como é realizado o discurso através da seleção, seja dando ênfase em algo, ou deixando despercebido por outro lado. Ou seja, o resultado veiculado acaba construindo a interpretação dos acontecimentos. Assim o enquadramento acaba proporcionando a organização do discurso para um determinado grupo.

Portanto, os fatos transmitidos são construções sociais do corpo social. É comum nos noticiários, em vários veículos, de um mesmo fato, veicular visões diferenciadas sobre o mesmo, pois cada mídia divulga a sua posição, o seu modo de enquadramento.

Neste aspecto a maneira como as modelos foram enquadradas na Revista Vip pode influenciar na forma como o leitor absorverá o papel cultural da mulher na sociedade. Há

hipersexualização do corpo da mulher, na qual, a presença da personagem (a mulher) aparece em primeiro plano como objeto potencializado através dos textos. Deste modo as análises das capas da Revista Vip recorrem ao enquadramento, assim como os discursos e todos os elementos textuais presente na revista. Conforme SILVA (2008), apud AITA, P.; LOPEZ, D:

A análise de enquadramento nos fornece os instrumentos para analisar os padrões de apresentação, seleção, ênfase e exclusão textuais através dos quais os jornalistas organizam o discurso, escolhendo, separando, excluindo ou enfatizando determinados aspectos de uma realidade, desenhando uma angulação específica. (SILVA, 2008, p.2 apud AITA, P.; LOPEZ, D.)

Além do enquadramento, recorreremos à pesquisa quali-quantitativa. Os dois métodos de pesquisa podem ser unidos em casos que dispuserem da necessidade de se chegar a resultados mais precisos como afirma Kirschbaum (2013, p. 181 apud Abbott, 2001; Collins, 1984): “Do ponto de vista metodológico, podemos identificar trabalhos que evidenciam a necessidade dos estudos quantitativos complementados por estudos qualitativos, com o objetivo de aumentar a validade de seus constructos [...]”. A partir dessa consideração estabelecida por Kirschbaum (2013), escolhemos a pesquisa quali-quantitativa por contemplar melhor o cenário em que a revista se insere.

Em seguida, recorreremos aos conceitos utilizados por Stuart Hall (2010) no livro *Trayectorias problemáticas em estudios culturales*, na qual esboça sobre as representações culturais e o modo como as linguagens funcionam como “sistemas de representação”. Dessa forma recorreremos ao autor para compreender como é feito a representação da mulher negra. De acordo com Hall (2010):

"La representación es una parte esencial del proceso mediante el cual se produce el sentido y se intercambia entre los miembros de una cultura. Pero implica el uso de lenguaje, de los signos y las imágenes que están en lugar de las cosas, o los representan". (p.447)

Nesse aspecto a representação é a produção de sentido, das concepções da nossa da mente. Tendo em vista que este processo contribui para a compreensão do que são representado, fazendo com que haja a interpretação do mundo (Hall, 2010), as representações dos veículos comunicacionais contribuem para a forma como interpretaremos o que nos rodeia. Mas vale ressaltar que a interpretação do mundo é feita de forma diferente e particular e à

medida que classificam a imagem da mulher/negra de maneiras sexualizada condicionam os leitores a essa possível representação.

Nessa perspectiva, também foi preciso entender sobre o papel do racismo na sociedade brasileira. Consideramos como racismo a aplicação prática de teorias raciais, que acreditam que há existência de raças superiores na qual se cria mecanismos sociais e políticos para reprimir as raças consideradas inferiores. (SILVA, K; SILVA, M, 2006). Os racistas se baseiam em teorias raciais, vale ressaltar que o conceito de raça foi se modificando ao longo do tempo. Silva K e Silva M, contextualizam sobre a discussão do termo. Em meados do século 17 o termo de raça praticamente não existia associado à ideia de inferioridade. (SILVA, K; SILVA, M, 2006) Se até 1800, segundo Michel Banton, raça significava o pertencer a uma linhagem, a partir dessa data, com a influência da História Natural e da doutrina racialista do século XVII, raça começou a designar os tipos humanos e suas diferenças biológicas, e só poderia ser entendida a partir da Fisiologia (SILVA, K; SILVA, M, 2006, p.2)

Já no século XVIII o conceito sobre o estudo de raças humanas era proposto pelos racialistas, que identificaram as primeiras doutrinas para o estudo das diferentes raças humanas (SILVA, K.; SILVA, M, 2006). Por volta do século XIX o conceito de raça saiu do campo das ciências naturais para as ciências humanas e passou a representar um conjunto de atributos biológicos comuns a um determinado grupo humano (NEIVA 2015 p. 73). Nesse aspecto surgiram duas correntes de pensamento sobre o conceito de raça: os monogenistas que acreditavam na existência de uma única raça humana derivada do Jardim do Éden, e a outra corrente, os poligenistas que acreditavam na diversidade de raças humanas constituindo espécies diversas (NEIVA 2015 p. 74).

Embora esse conceito tenha se reformulado a partir do tempo o racismo está presente na atual sociedade brasileira baseando-se no conceito das raças.

Conforme argumenta Ceres Santos (2007) a negação do racismo no Brasil levou a ser associado ou confundido com a ideia de classe. Santos (2007) cita Antonio Sérgio Alfredo Guimarães (2002) quando afirma que a negação da raça serve para justificar a inexistência do racismo no Brasil e invisibilizá-lo na teia das classes sociais. Guimarães salienta que raça não é apenas uma categoria política necessária para organizar a resistência ao racismo no Brasil. Segundo ele (2002) raça é, também, categoria analítica indispensável para revelar que as discriminações e desigualdades que a noção brasileira de “cor” enseja são efetivamente raciais e não apenas de "classe”

Dados da pesquisa

As análises das capas dos exemplares da Revista VIP, referentes aos meses de janeiro a junho de 2013 são: Edição 334, Ano 32 N° 01 janeiro de 2013, Edição 335, ano 32, N° 02, fevereiro de 2013, Edição 336, ano 32, N° 03, março de 2013, Edição 337, Ano 32 N° 04, abril de 2013, Edição 338, Ano 32 N° 05 maio de 2013 e Edição 339, Ano 32 N° 06 Junho de 2013.

Foram observados os textos das chamadas de capa dessas edições- as fontes, muitas em destaque e no formato de caixa alta para chamar a atenção do leitor. O enquadramento contribui para identificar que os discursos veiculados nas capas da Revista Vip constroem a interpretação dos acontecimentos. Desta forma percebemos que os advérbios, verbos, foram utilizados para fomentar o discurso da hipersexualização. Por exemplo, no mês de junho, ao lado da modelo Débora Nascimento, as chamadas vêm com tom de apelo sexual “Uma mulher perfeita um presente para a humanidade”.

Nas fotografias de capa das revistas, todas as modelos estavam com poucas roupas e/ou seminuas. Na edição do mês de março de 2013, que estampa foto de Bianca Bin, ela está em uma posição frontal, com os seios escondidos pelos seus braços e ainda seguram uma flor branca. Mas essa pureza é quebrada com os adjetivos que aparecem nas chamadas: “Uma Bad Girl boa demais”. Já na edição de abril, repete-se o apelo sexual. As cores dão destaque às palavras “VIP; Fernanda Machado; Instintos; Sexo”.

Outro aspecto que se destaca nas capas são as cores utilizadas. Cada edição possui uma cor específica, que destaca sempre a logomarca da revista, o nome da modelo e a chamada no rodapé. Na edição, de março de 2013, o nome da revista está na cor azul, como se quisesse transmitir valores subjetivos como credibilidade e confiança. Os textos das capas das revistas (foto e chamadas) são padronizados e as fotos evidenciam um modelo de beleza: as manequins são todas magras e usam cabelos longos. Das seis edições analisadas apenas uma, a do mês de junho, traz uma modelo negra. Já o tema principal abordado pela revista é sempre o mesmo: sexo. As mulheres são estereotipadas e as fotos e os textos das chamadas de capa carregam no sensacionalismo e insinuam que os Corpos das mulheres não passam



Edição 334, Ano 32 N° 01 - janeiro 2013

Descrição: A edição do mês apresenta a modelo Rhaisa Batista. A chamada “A nova

Lolita da TV” está acima do seu nome. Abaixo do nome há uma descrição da característica da modelo: "A Atriz de lado a lado é a nossa aposta para 2013".

As chamadas na capa têm como destaque as frases: Swing, uma casa de família; Listas imperdíveis; Decore seu macho.

Na faixa de estilos, o destaque é: Pesquisa exclusiva: É verão.

O rodapé contém duas chamadas: Carreira 3.0; Receitas de boteco.

A modelo é fenotipicamente branca, é magra e de cabelos lisos levemente ondulados, ela pousa para foto em uma posição lateral cobrindo os seios com os braços.



Edição 335, ano 32, N° 02 - fevereiro 2013

Descrição: A edição do mês apresenta a modelo Isabela Fontana. A palavra

“Irresistível” está acima do seu nome. Abaixo do nome há uma descrição da característica da modelo: "Porque ela é a mulher dos seus sonhos".

As chamadas na capa têm como destaque as frases: Transe Muito; Conheça o rei do sexo pago na web; Turismo do boleiro. Na faixa de estilos, o destaque é: Street style: os visuais mais bacanas para você;

Cabeloretrô. O rodapé tem duas chamadas: Vida Mansa e Fiesta Forever!. A modelo é fenotipicamente branca, é magra e de cabelos lisos levemente ondulados. Ela pousa para foto em uma posição lateral cobrindo os seios com os braços e mãos.



Edição 336, ano 32, Nº 03 março 2013

Descrição: A edição do mês apresenta a modelo Bianca Bin. A frase "Que espetáculo" está acima do seu nome, na parte lateral a foto

Abaixo do nome "há uma descrição da

característica da modelo:” Uma bad girl boa demais."

As chamadas na capa têm como destaque as frases: Clique e transe; Tarantino faz 50; Vinhos para o calor; Gata Vintage.

Na faixa estilos, o destaque é: Casacos e jaquetas; O perfume ideal.

No rodapé, duas chamadas: Meditação; Perca de peso.

A modelo é fenotipicamente branca, é magra e de cabelos lisos levemente ondulados. Ela pousa para foto em uma posição frontal cobrindo os seios com os braços, levando uma flor aos lábios.



Edição 337, Ano 32 Nº 04 Abril 2013

Descrição: A edição do mês apresenta a modelo Fernanda Machado. A chamada "Em nome do pai" está acima do seu nome.

Abaixo do nome há uma descrição da

característica da modelo: "Estrela da próxima novela das nove está de olho em Hollywood". As chamadas na capa têm como destaques as frases: Você no UFC; Casadas que traem; Às do pôquer; E daí que não temos papa?

Na faixa estilos, o destaque é: O jeito mais moderno e bacana de usar terno; Jaquetas que melhoram hoje mesmo o seu visual.

O rodapé trás duas chamadas: Instintos; Sexo.

A modelo é fenotipicamente branca, magra e tem cabelos lisos levemente ondulados.



Edição 338, Ano 32 n° 05 maio 2013

Descrição: A edição do mês apresenta a modelo Fernanda Lima. A chamada "Ensaio histórico!" estão acima do seu nome, igual as demais edições.

Abaixo do nome há uma descrição da característica da modelo: "Ela é sexy, entende tudo de sexo e quer aprender mais com você."

As chamadas na capa têm como destaques as frases: Churrasco à Argentina; Gata com gata; Volta ao mundo em 270 dias (gastando pouco).

Na faixa estilos, o destaque é: Renove seu guarda-roupa; 10 hits do verão; Os jeans mais legais para usar hoje; Como fazer bonito dentro das quadras.

No rodapé, duas chamadas: O fim das organizadas; Surfe.

A modelo é fenotipicamente branca, é magra e de cabelos lisos levemente ondulados e na foto de capa ela está vestida com biquíni e sutiã na cor preta, em uma posição frontal. Em uma das mãos, segura uma câmera e na outra, um keepe.



Edição 339, Ano 32 N° 06 junho 2013

Descrição: A edição do mês apresenta a modelo Débora Nascimento. A chamada "Edição especial de aniversário (para colecionador)

está acima do seu nome "perfeita, um presente para a humanidade" As chamadas na capa têm como destaques as frases: Orgasmo tântrico; Arriba!

Na faixa estilos, o destaque é: Dicas infalíveis para você acertar sempre. Essa edição não contém faixa do rodapé.

A modelo é fenotipicamente negra, de pele clara, é magra e usa cabelos cacheados. Ela pousa para foto em uma posição frontal, vestindo biquíni e uma mini camiseta com uma mão aos lábios, dando uma sensualização a foto.

Em todas as publicações, há um enfoque para o ensaio fotográfico de cada modelo, abaixo da descrição do seu nome acompanham, sucessivamente, informações sobre seu perfil. Já os padrões estéticos propostos nos seis exemplares das revistas analisadas, seguem o mesmo modelo: corpos magros e esguios em poses sensuais, poucas roupas, feições faciais provocantes e cabelos longos dando uma sensação de que todas as mulheres são iguais. Há uma eliminação de singularidades pessoais em prol de uma padronização estética.

Do total do material analisados, 50% das chamadas correspondem, de modo indireto/direto, ao esporte, as palavras relacionadas contidas nas revistas são: Messi, UFC (Ultimate Fighth Combat) e pôquer. Dentre todas as capas analisadas é perceptível o uso de palavras de cunho sexual (Orgasmo, swing, sexo, transe, traição). Ao mesmo tempo encontraram palavras referentes aos estilos (guarda a roupa, jeans legal, terno, jaqueta, infalíveis, perfumes, cortes do momento, *looks* bacana). De todas as revistas analisadas (seis) apenas uma, referente ao mês de junho de 2013. Trás na capa uma mulher negra, porém de pele clara e traços leves.

Durante essa pesquisa, realizamos uma breve busca nos sites das cinco maiores agências de modelos do Brasil - Ford Models Brasil, Mega Model Brasil, L'EquipeAgence, Way Model Brasil e Ten10 Model MGT - e constatamos uma pequena participação de manequins negras.

NÚMEROS DAS MODELOS

Agência	Número de modelos	Modelos negras
Ford Models Brasil	202	14
MegaModel Brasil	207	07
L'EquipeAgence	172	10
Way Model Brasil	180	06
Ten10 Model MGT	220	09
TOTAL	981	46

Diante disso podemos perceber uma das faces do preconceito, como um país que apresenta maioria de mulheres negras é tão pouco representado na mídia? Trazendo como exemplo a pesquisa acima, e comparado com a análise da revista VIP percebemos que o fato mais uma vez é preponderante: a representação da mulher negra está apenas em uma edição das seis analisadas, Representando um total de 16,6%. Isto nos revela que há uma maior quantidade de mulheres brancas, magras e esguias nas revistas, e quando há uma representação da mulher negra, está por sua vez não foge destes padrões estéticos.

Considerações finais

Esta pesquisa, se propôs como objetivo geral, analisar o modo como a mulher, com recorte de raça, é representada na revista VIP no período do primeiro semestre de 2013, totalizando o conjunto de seis periódicos. Nesse sentido percebemos como a abordagem do veículo é tendenciosa e evidencia o reforço do estereótipo da mulher negra, como objeto sexual. Nesse caso não podemos esquecer que a Revista Vip é direcionada para um público masculino.

A revista reforça no imaginário dos leitores a ideia da mulher como mercadoria, objeto, além de reforçar os padrões estéticos de beleza que diariamente são expostos nos veículos comunicacionais e que é tido como o único, ou o melhor: corpos brancos e magros e cabelos longos e lisos, de preferência, louros.

Observamos também que de seis exemplares apenas uma edição saiu com uma mulher negra na capa. Porém, de pele clara e feições faciais que em muito se aproximam do fenótipo branco, como nariz e lábios afinados e cabelos cacheados. Ou seja, bastante diferenciado das características comuns a população negra.

Referências

AITA, P.; LOPEZ, D. **Olimpíadas de 2016 na Revista Veja**: Um estudo da teoria do enquadramento.

Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2010/resumos/R20-0943-1.pdf>> Acesso em: 18.set.2014.

AZEVEDO, D. **Uma análise de enquadramento**. Disponível em:

<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/uma_analise_de_enquadramento> Acesso em: 18 set. 2014.

BELCHIOR, D. **No dia da mulher**: A globeleza e a representação da mulher negra brasileira. Disponível em: <<http://negobelchior.cartacapital.com.br/2014/03/08/no-dia-da-mulher-a-globeleza-e-a-representacao-da-mulher-negra-brasileira/>>. Acesso em: 18 set. 2014.

CUSTÓDIO, M. **Mulher negra**: da inserção na história a inserção na Propaganda.

Disponível

em:<<http://www2.marilia.unesp.br/revistas/index.php/ric/article/viewFile/137/128>>

Acesso em: 18set. 2014.

FORD MODELS BRASIL

Disponível em: <<http://www.fordmodels.com.br/site>> Acesso em: 18.set.2014.

GUIMARÃES. Antonio Sérgio Alfredo. **Racismo e anti-racismo no Brasil**. Editora 34, 1999.

IBGE. **Censo demográfico 2010**. Disponível em:

<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/93/cd_2010_caracteristicas_populacao_domicilios.pdf> Acessado em: 26. set.2014

INSTITUTO PATRÍCIA GALVÃO. **Representação das mulheres nas propagandas na Tv**. Disponível em: <http://agenciapatriciagalvao.org.br/wp-content/uploads/2012/05/representacoes_das_mulheres_nas_propagandas_na_tv.pdf> Acesso em: 10dez.2014

LEAL, P. **Jornalismo político brasileiro e a análise do enquadramento noticioso**.

Disponível em <http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2011/01/sc_jp-plinio.pdf> Acesso em : 20jan.2015

LACERDA, M. **Colonização dos corpos**: Ensaio sobre o público e o privado.

Patriarcalismo, patrimonialismo, personalismo e violência contra as mulheres na formação do Brasil. 2010 Disponível em :< http://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/16570/16570_1.PDF> Acesso em: 07.jul.2015

L'EQUIPE AGENCE. Disponível em: <<http://www.lequipeagence.com.br/work-category/mulheres/>>Acesso em: 18 set. 2014.

MEGA MODEL BRASIL. Disponível em:

<<http://www.megamodelbrasil.com.br/women>> Acesso em: 18.set. 2014.

NILZA, M. **A mulher negra**. Disponível em:

<<http://www.espacoacademico.com.br/022/22csilva.htm>.> Acesso em: 18set.2014.

PORTO, M. **Enquadramentos da Mídia e Política**. Disponível em:

<http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=4400&Itemid=317>Acesso em: 18set2014.

PUBLIBRASIL. Disponível

em:<<http://www.publiabril.com.br/marcas/vip/revista/informacoes-gerais>>Acessado em : 26.jan.2015.

REIS, J. ; GOMES, F. **Liberdade por um fio**: história dos quilombos no Brasil. São Paulo, Cia das Letras, 1996.

Retrato das desigualdades de gênero e raça / Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada [et al.]. - 4ª ed. - Brasília: Ipea, 2011. 39 p. :il Disponível em

<<http://www.ipea.gov.br/retrato/pdf/revista.pdf>> Acesso em: 15jan.2015.

REVISTA VIP BRASIL

Disponível em:<<http://www.revistavipbrasil.com/p/expediente-direcao-geral-prentice.html>>Acesso em: 18set. 2014.

RUBIM, A. **Comunicação e política: conceitos e abordagens.** Disponível em:
<<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ufba/134/1/Comunicacao%20e%20politica.pdf>>.
Acesso em: 27 set. 2014.

RUTH, N. **A questão racial pensada entre o "metodo científico" e a paixão: um estudo comparado entre Jose Ingenieros e Manoel Bonfim - Argentina e Brasil (1900-1920)**
Disponível em:
<<http://repositorio.ufes.br/bitstream/10/1367/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20Ruth%20Cavalcante.pdf>> Acesso em 14. jul. 2015.

SANTOS, R. **Estereotipo de Mulheres negras no século XIX: A mocidade de Trajano de visconde de visconde de tauny.** Anais do XIV Seminário Nacional Mulher e Literatura / V

Semanário Internacional Mulher e Literatura. Disponível em:
http://www.telunb.com.br/mulhereliteratura/anais/wp-content/uploads/2012/01/rosana_oliveira.pdf> Acesso em: 18 mar. 2015.

SANTOS, C.. **Mídia e educação: o discurso da imprensa no debate das Ações Afirmativas para negros/as.** Dissertação apresentada no Mestrado em Educação e Contemporaneidade. UNEB, 2007.

SILVA, K.; SILVA, M. **Dicionário de Conceitos Históricos.** São Paulo: Editora Contexto, 2006. Disponível em: < http://www.igtf.rs.gov.br/wp-content/uploads/2012/03/conceito_RA%C3%87A.pdf> Acessado em: 10. jan. 2015.

SILVA, M. **A mulher negra.** Disponível em:
<http://www.espacoacademico.com.br/022/22csilva.htm>> Acesso em: 20 dez. 2014.

TEM MODEL GMT

Disponível em: <http://tenmodelmgt.com.br/modelos.php?tipo=f>> Acesso em: 18 set. 2014.

VIEIRA, V. **Quem Faz a notícia.** Disponível em:
<http://www.novolhar.com.br/noticia_print.php?id=4410#> Acesso em: 15 jan. 2015.

WAY MODEL BRASIL

Disponível em: <http://www.waymodel.com.br/#!/modelos/feminino>> Acesso em: 18 set. 2014.