

## *RAÇA BRASIL: POR QUEM , PARA QUEM*<sup>\*</sup>

Angela Gilliam e Onik'a Gilliam<sup>\*\*</sup>

O sucesso de Raça Brasil no mercado, no mínimo, destrói um mito da cultura brasileira, o de que o povo negro não tem apelo publicitário. Além disso, a revista satisfaz um anseio do povo negro desde a introdução das economias de plantation neste hemisfério, o de ver corpos semelhantes aos seus próprios refletidos na mídia. Entretanto, os números 1 e 2 de Raça Brasil também colocam questões sobre a quem a revista é dirigida e apresentam ao público leitor uma indagação interessante: em que medida esta publicação intervém no debate atual sobre quem é negro no Brasil?

Os anúncios publicitários de lançamento da Revista Raça Brasil afirmavam que esta seria uma revista para os negros brasileiros. Também declaravam que o “Brasil é negro”, “o negro te poder de consumo” e “o negro tem orgulho de ser negro”. As imagens do cartaz publicitário mostravam fotos de mulheres muito jovens, um homem e uma mulher juntos e uma fotografia de Jorge Benjor. Exceto a foto de uma jovem mulher negra, de costas para a câmara, cujo penteado incontestavelmente apontava para a corporificação da estética africana ocidental, os estilos de cabelo das outras mulheres deslocavam suas identidades na direção da “mulata”. Em muitas sociedades que, consistentemente, privilegiam o louro e os olhos azuis, o cabelo continua sendo o principal lugar de luta das mulheres negras pela afirmação de sua corporalidade.

O primeiro e segundo número da Raça Brasil estavam repletos de mensagens aparentemente conflitivas. Por um lado, há artigos ou propagandas que dão atenção, predominantemente, ao alisamento do

---

<sup>\*</sup> Olympia, 15 de dezembro de 1996.

<sup>\*\*</sup> The Evergreen State College, Olympia, Washington.

Comentários sobre a Revista ...

cabelo, concentrando-se em pessoas jovens e esguias. Como em revistas semelhantes nos EUA, as imagens são, freqüentemente, elaboradas com o objetivo de produzir um look ajustado aos padrões burgueses de consumo. Além disso, esses números demonstram que os negros brasileiros se identificam com influências culturais de outras partes do “Atlântico Negro” ou da Diáspora Africana. Entretanto, com exceção do artigo “No compasso do Pelô”, há pouco na beleza das mulheres brasileiras que conteste a “estética europeizante” criada pelos impérios internacionais. E, nesse artigo, o corpo da mulher negra não era descrito como signo da mulher idealizada. Em qualquer lugar, as mulheres negras têm de lutar para acharem que seus corpos são belos, em parte porque não foram elas próprias as criadoras de suas identidades socialmente construídas. Onde está a beleza da mulher da classe trabalhadora que não tem dinheiro suficiente para gastar em produtos de beleza? Onde ela se encontra representada na Raça Brasil?

Alguns cientistas sociais brasileiros têm afirmado que uma identidade racial que define como negro tantos tons de pele possíveis, é uma visão de “militares” negros, inadequada aos valores brasileiros dominantes. De acordo com suas análises, esta identidade racial agressiva estaria enraizada no racismo norte-americano que opera apenas com “negro” ou “branco” e, portanto, é bipolar. Mas, em “Os mil tons da negritude”, os modelos escolhidos para ilustrarem o artigo oferecem um amplo leque de ancestrais. Portanto, em termos de imagens, a revista afirma que, embora o conceito de “mulata” como categoria étnica possa existir na narrativa da democracia racial do Brasil patriarcal, as mulheres brasileiras recusam serem vistas daquela forma e, muitas vezes, se definem como negras, talvez para ganharem o respeito que é freqüentemente recusado às mulatas. Nisto, Raça Brasil reflete atitudes que muitas mulheres brasileiras vêm afirmando há anos e isto é uma contribuição importante ao debate sobre a negritude no Brasil.

Entretanto os artigos parecem estar marcados pelo gênero. Os artigos sobre beleza parecem dirigidos às mulheres, enquanto aqueles sobre relacionamentos inter-raciais e sexualidade não somente seriam dirigidos aos homens como poderiam ser alienantes para as mulheres

negras. Por exemplo, a foto dominante do artigo “Da cor do Pecado”, no número um, mostra o corpo de um homem negro sendo abraçado por uma mulher branca. Não há no artigo sequer uma imagem de mulher negra que não construa a si mesma como uma mulata (i.e. Globeleza).

Mas é no número dois de Raça Brasil que as contradições mais problemáticas da representação das relações inter-raciais são formuladas. Em “Atração Black” o corpo masculino é construído como um objeto sexual. É para a mulher negra que o homem negro se torna objeto sexual descrito como “quente”, “gostoso” e sexy?

Este artigo coloca, assim, em primeiro plano, o problema do público alvo desta revista. Supostamente levando em conta as visões de mulheres negras e brancas, há opiniões de duas mulheres negras e cinco mulheres brancas sobre a potência sexual de homens negros. Ironicamente, o artigo explica porque um homem jovem prefere mulheres brancas: “As negras não se valorizam”. Entretanto, ninguém fica sabendo se aquelas que são citadas como fisicamente atraídas pelos homens negros concordariam com semelhante mistura racial no seu trabalho.

Além disso, será que fazer amor com uma mulher cujos preconceitos sobre o povo negro a obrigam a fechar os olhos para não enxergar um amante negro é o objetivo da maior parte dos homens negros brasileiros? Como a avaliação comparativa entre o tamanho do pênis do homem negro e o do homem branco afeta o estereótipo que o mundo tem sobre o homem negro? Tanto quanto a sexualizada designação de “mulata” define os empregos oferecidos a tais mulheres na sociedade racista, também a objetificação dos homens negros e de suas partes corporais ajuda a mantê-los em uma posição inferior, por exemplo, nos serviços públicos, nos bancos, na aviação, na diplomacia e nas forças armadas.

O mercado forçou uma democratização na descrição dos negros que Raça Brasil satisfaz. Numa sociedade racializada uma revista para negros é um marco considerável. Mas, da mesma maneira que revistas tais como Ebony ou Essence, nos Estados Unidos, Raça Brasil está carregada de contradições relativas à classe sócio-econômica.