

Universidade Federal de Sergipe
Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa
Núcleo de Pós-Graduação e Pesquisa em Psicologia Social
Mestrado em Psicologia Social

ELEONORA VACCAREZZA SANTOS

A INFLUÊNCIA DA COR DA PELE NAS
REPRESENTAÇÕES SOCIAIS SOBRE A BELEZA E FEIURA
*(SKIN COLOR INFLUENCE IN SOCIAL REPRESENTATIONS ABOUT
THE BEAUTY AND UGLINESS)*

São Cristóvão-Sergipe
2015

ELEONORA VACCAREZZA SANTOS

A INFLUÊNCIA DA COR DA PELE NAS
REPRESENTAÇÕES SOCIAIS SOBRE A BELEZA E FEIURA

*(SKIN COLOR INFLUENCE IN SOCIAL REPRESENTATIONS ABOUT
THE BEAUTY AND UGLINESS)*

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social do Centro de Educação e Ciências Humanas da Universidade Federal de Sergipe, como parte dos requisitos para a obtenção do grau de Mestre em Psicologia Social.

Orientador: Prof. Dr. Marcus Eugênio Oliveira Lima

São Cristóvão-Sergipe
2015

BANCA EXAMINADORA

Dr. Marcus Eugênio Oliveira Lima
(Presidente da Banca)

Dra. Dalila França Xavier
(Examinadora Interna –UFS)

Marcos Emanuel Pereira
(Examinador Externo – UFBA)

AGRADECIMENTOS

No momento em que fecho mais este ciclo de minha vida acadêmica, só me resta agradecer a todos que colaboraram para que este momento fosse possível.

A Deus por me dar forças para subir mais este novo degrau.

Ao meu querido esposo Felipe Gomes de Freitas por todo apoio, incentivo e por tornar os meus dias mais alegres.

Ao professor Marcus Eugênio pela orientação e pelo crescimento acadêmico que me proporcionou.

A Dra. Patrícia Silva, agradeço pelas considerações feitas ao trabalho, pela oportunidade de estágio em uma de suas disciplinas, mas sobretudo pela amizade que perdura desde a graduação.

A Dra. Dalila França Xavier e a Dra. Zenith Delabrida que com suas considerações também ajudaram a enriquecer este trabalho.

Ao Dr. Joílson Pereira, bem como os demais professores que compõem este Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social pelas inestimadas aulas. Também gostaria de agradecer a Priscila e a Luana que sempre procuraram dar conta das demandas burocráticas que trazia a elas.

Aos meus colegas do mestrado e a todos aqueles que compõem o NSEPR, pelos momentos de troca e novos aprendizados que me proporcionaram durante todo o curso.

Em especial gostaria de agradecer a Claudia Mara e a Carina Feitosa pela amizade e por terem me auxiliado nas análises com o SPSS e o IRAMUTEQ quando eles ainda eram uma terra desconhecida para mim.

A Capes pela bolsa de mestrado que viabilizou a realização deste trabalho.

Obrigada!

“Um judeu, branco entre brancos, pode negar que seja judeu, declarar-se homem entre homens. O negro não pode negar que seja negro ou reclamar para si a abstrata humanidade incolor: ele é preto” (Jean-Paul Sartre, *Reflexões sobre o racismo*).

RESUMO

O objetivo deste trabalho é analisar a influência da cor da pele nas representações sociais sobre a beleza e a feiura, a partir de celebridades expostas na mídia televisiva brasileira. Para tanto, foram realizados dois estudos. Do primeiro participaram 494 pessoas, residentes em cinco regiões do país, com média de idade 25 anos (DP=9 anos), os quais responderam um questionário on-line que indagava: “quando se fala em beleza/feiura no Brasil, que figura artística (ator, cantor ou apresentador) lhe vem à mente?”. Em seguida foi feita uma solicitação de quais características físicas do artista conferiam beleza a ela. O estudo para a classificação da cor da pele foi realizado junto a 60 pessoas, com idade média de 30 anos (DP=9,8 anos), a fim de validar a cor da pele dos artistas citados no estudo principal. A análise dos dados empregou estatísticas descritiva e inferencial, realizadas com o auxílio do software “SPSS”, além de análise textual por meio do software IRAMUTEQ. O segundo estudo foi observacional, nele se analisou a programação das quatro principais emissoras de televisão aberta do Brasil (Globo, Band, Record e SBT), com o intuito de contabilizar a presença de pretos na programação semanal desses canais. Alguns dos resultados indicam que, independente dos grupos de cor de pele dos participantes, modelos brancos são mais apontados como referenciais de beleza. Em contrapartida, quando se refere à feiura, há o aumento das referências aos modelos pretos. A análise efetuada sobre a programação exibida nas principais emissoras do país evidenciou a influência da mídia na difusão de padrões de beleza e a invisibilização da estética negra, ao valorizar um tipo único de estética, branca e européia, fruto da atualização de proposições do século XX para legitimar a supremacia branca nos ditames dos padrões de belo e do não-belo.

Palavras-chave: Racismo. Representações Sociais. Beleza. Feiura. Mídia.

ABSTRACT

The objective of this study is to analyze the influence of skin color in the social representations of beauty and ugliness, from expositas celebrities in Brazilian television media. For this, two studies were conducted. Of the participants were 494 people living in five regions of the country, with a mean age 25 years ($SD = 9$ years), who completed an online questionnaire that asked: "when it comes to beauty / ugliness in Brazil, which artist (actor, singer or presenter) comes to mind? ". Then we made a request which physical characteristics of the artist lent beauty to it. The study for skin color classification was conducted with 60 people with an average age of 30 years ($SD = 9.8$ years) in order to validate the skin color of the artists mentioned in the main study. Data analysis employed descriptive and inferential statistics, carried out with the help of the software "SPSS", plus textual analysis through the IRAMUTEQ software. The second study was observational, it analyzed the programming of the four major broadcast television in Brazil (Globo, Band, Record and SBT), in order to account for the presence of blacks in the weekly programming of these channels. Some of the results indicate that, regardless of the color of skin groups of participants, white models are more pointed as beauty references. In contrast, when referring to ugly, there is the increase in the black reference models. The analysis done on programming displayed in the main stations of the country showed the influence of the media in disseminating standards of beauty and invisibilização the black aesthetic, the value of a single aesthetic type, white and European, propositions update result of the twentieth century to justify white supremacy in the dictates of beautiful patterns and non-beautiful.

Keywords: Racism. Social Representations. Beauty. Ugliness. Media.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	13
1. ESTÉTICA DO RACISMO.....	16
1.1 Racismo e Aparência Racial no Brasil.....	16
1.1.1 Aparência Racial no Fim do Século XIX.....	19
1.2 “Aperfeiçoar o Povo Brasileiro”: Estética na Política da Raça no Início do Século XX.....	23
1.3 Ideologia do Branqueamento.....	28
1.3.1 Percepções de Estatuto Social.....	30
1.3.2 Branqueamento ao Nível da Auto Percepção.....	31
1.3.3 Relações Interpessoais.....	32
1.3.4 Percepções Estéticas e Morais.....	33
2. “BELEZA ESTÁ NOS OLHOS DE QUEM VÊ”: REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DA BELEZA E FEIURA E RACISMO ESTÉTICO.....	39
2.1 A Teoria das Representações Sociais.....	39
2.2 Do Belo ao Feio: Estética e Racismo - Breve Revisão.....	44
2.3 Representações Sociais, Mídia e Racismo.....	49
2.3.1 Mídia Televisiva e Racismo Estético.....	53
3. ESTUDO I: REPRESENTAÇÕES SOCIAIS SOBRE A BELEZA E A FEIURA NO BRASIL...	59
3.1 Objetivos.....	59
3.2 Método.....	59
3.2.1 Participantes.....	59
3.2.2 Instrumentos.....	60
3.2.3 Procedimentos de Coleta de dados.....	61
3.2.4 Estudo Para a Classificação da Cor da Pele das Celebidades.....	61
3.2.4.1 Participantes.....	62
3.2.4.2 Instrumentos e Procedimentos.....	62
3.2.5 Análise dos dados.....	62
3.3 Resultados.....	64
3.3.1 Estudo Para a Classificação da Cor da Pele das Celebidades.....	64
3.3.1.1 Modelos Masculinas de Beleza.....	64
3.3.1.2 Modelos Masculinas de Feiura.....	66
3.3.1.3 Modelos Femininas de Beleza.....	68
3.3.1.4 Modelos Femininas de Feiura.....	70
3.3.2 Modelos Para a Beleza e a Feiura.....	72
3.3.2.1 Beleza Masculina.....	72
3.3.2.2 Feiura Masculina.....	74
3.3.2.3 Beleza Feminina.....	76
3.3.2.4 Feiura Feminina.....	78
3.3.3 Representações Sociais Sobre a Beleza e a Feiura.....	80
3.3.3.1 Representações Sociais da Beleza Masculina.....	81
3.3.3.2 Representações Sociais da Feiura Masculina.....	85
3.3.3.3 Representações Sociais da Beleza Feminina.....	88
3.3.3.4 Representações Sociais da Feiura Feminina.....	92
3.3.4 Autoimagem dos Participantes da Pesquisa.....	96
3.4 Discussão.....	97

4. ESTUDO II: PRESENÇA PRETA NA MÍDIA TELEVISIVA BRASILEIRA.....	102
4.1 Objetivos.....	103
4.2 Método.....	103
4.2.1 Amostra.....	103
4.2.2 Instrumentos e Procedimentos.....	104
4.3 Resultados.....	104
4.3.1 Programação Assistida	104
4.3.1.1 Não-celebridades e Celebridades Pretas na Programação Diária da Rede Globo.....	105
4.3.1.2 Não-celebridades e Celebridades Pretas na Programação Diária da Rede Record	108
4.3.1.3 Não-celebridades e Celebridades Pretas na Programação Diária da Rede Bandeirantes.....	110
4.3.1.4 Não-celebridades e Celebridades Pretas na Programação Diária do SBT.....	112
4.3.1.5 Não-celebridades e Celebridades Pretas na Programação de Sábado na Rede Globo.....	114
4.3.1.6 Não-celebridades e Celebridades Pretas na Programação do Domingo na Rede Globo.....	116
4.3.2 Discussão.....	118
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	122
REFERÊNCIAS.....	127
APÊNDICES.....	138
Apêndice A – Convite para Participação do Estudo I Distribuído nos Grupos do Facebook.....	139
Apêndice B – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.....	140
Apêndice C – Roteiro para o Questionário do Estudo I.....	141
Apêndice D – Questionário para o Estudo de Classificação da Cor da Pele (Grupo 1).....	142
Apêndice E - Questionário para o Estudo de Classificação da Cor da Pele (Grupo 2).....	144
Apêndice F - Questionário para o Estudo de Classificação da Cor da Pele (Grupo 3).....	145
Apêndice G - Questionário para o Estudo de Classificação da Cor da Pele (Grupo 4).....	146
Apêndice H – Roteiro para Coleta de Dados do Estudo II.....	147
Apêndice I – Modelo de Planilha Utilizada para a Coleta de Dados do Estudo II.....	148

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ETVA – Emissoras de Televisão Aberta
IBGE – Instituto Brasileiro Geográfico e Estatístico
IBOPE – Instituto Brasileira
RS – Representações Sociais
TRS – Teoria das Representações Sociais
UFES - Universidade Federal do Espírito Santo
UFG – Universidade Federal de Goiás
UFPB – Univesidade Federal da Paraíba
Unb – Universidade Federal de Brasília
Uneb – Universidade Estadual da Bahia
USP – Universidade de São Paulo

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Frequência e porcentagem (entre parênteses) das celebridades masculinas citadas na pergunta sobre beleza.....	73
Tabela 2. Frequência, porcentagem (entre parêntese), qui-quadrado e residuais da relação entre as variáveis cor do participante e cor do modelo de beleza escolhido.....	74
Tabela 3. Frequência e porcentagem (entre parênteses) das celebridades masculinas citadas na pergunta sobre feiura.....	75
Tabela 4. Frequência, porcentagem (entre parêntese), qui-quadrado e residuais da relação entre as variáveis cor do participante e cor do modelo de feiura escolhido.....	76
Tabela 5. Frequência e porcentagem (entre parênteses) das celebridades femininas citadas na pergunta sobre beleza.....	77
Tabela 6. Frequência, porcentagem (entre parêntese), qui-quadrado e residuais da relação entre as variáveis cor do participante e cor da modelo de beleza escolhida.....	78
Tabela 7. Frequência e porcentagem (entre parênteses) das celebridades femininas citadas na pergunta sobre feiura.....	79
Tabela 8. Frequência, porcentagem (entre parêntese), qui-quadrado e residuais da relação entre as variáveis cor do participante e cor da modelo de feiura escolhida.....	80
Tabela 9. Frequência, porcentagem (entre parênteses), qui-quadrado e residuais da relação entre as variáveis níveis de beleza e cor da pele dos participantes.....	96
Tabela 10. Número de Programas assistidos, total de pretos encontrados, tempo total de exposição.....	105
Tabela 11. Programação assistida na Rede Globo, total de não-celebridades e celebridades de cor preta identificadas, tempo total de exposição, ação desenvolvida.....	107
Tabela 12. Programação assistida na Rede Record, total de não-celebridades e celebridades de cor preta identificadas, tempo total de exposição, ação desenvolvida.....	109
Tabela 13. Programação assistida na Rede Bandeirantes, total de não-celebridades e celebridades de cor preta identificadas, tempo total de exposição, ação desenvolvida.....	111
Tabela 14. Programação assistida no SBT, total de não-celebridades e celebridades de cor preta identificadas, tempo total de exposição, ação desenvolvida.....	113
Tabela 15. Programação de sábado assistida na Globo, total de não-celebridades e celebridades de cor preta identificadas, tempo total de exposição, ação desenvolvida.....	115
Tabela 16. Programação de domingo assistida na Globo, total de não-celebridades e celebridades de cor preta identificadas, tempo total de exposição, ação desenvolvida.....	117

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Modelos masculinos de beleza classificados no grupo de cor da pele branca..	65
Gráfico 2. Modelos masculinos de beleza classificados no grupo de cor da pele parda....	65
Gráfico 3. Modelos masculinos de beleza classificados no grupo de cor da pele preta.....	66
Gráfico 4. Modelos masculinos de feiura classificados no grupo de cor da pele branca...	67
Gráfico 5. Modelos masculinos de feiura classificados no grupo de cor da pele parda....	67
Gráfico 6. Modelos masculinos de feiura classificados no grupo de cor da pele preta.....	68
Gráfico 7. Modelos femininos de beleza classificados no grupo de cor da pele branca....	69
Gráfico 8. Modelos femininos de beleza classificados no grupo de cor da pele parda.....	69
Gráfico 9. Modelos femininos de beleza classificados no grupo de cor da pele preta.....	70
Gráfico 10. Modelos femininos de feiura classificados no grupo de cor da pele branca...	71
Gráfico 11. Modelos femininos de feiura classificados no grupo de cor da pele parda.....	71
Gráfico 12. Modelos femininos de feiura classificados no grupo de cor da pele preta.....	72

LISTA DE QUADROS

Quadro 1. Variáveis estruturantes dos <i>corpus</i> “beleza masculina”, feiura masculina”, “beleza feminina” e “feiura feminina”	81
--	----

LISTA DE FIGURAS E EXEMPLOS

Figura 1. Slogan do anúncio inserido no jornal da época sobre o “ <i>Cabelisador</i> ”..	35
Figura 2. Ilustração de Neli Gomes da Rocha, inspirada na publicidade de 1929.....	35
Figura 3. Dendrograma do corpus “Beleza Masculina”.....	81
Figura 4. Dendrograma do corpus “Beleza Feminina”.....	86
Figura 5. Dendrograma do corpus “Feiura Masculina”.....	89
Figura 6. Dendrograma do Corpus “Feiura Feminina”.....	93
Exemplo 1. Linha de codificação de segmento de texto.....	63

INTRODUÇÃO

Em 1878 Margaret Wolfe Hungerford publicou uma frase simples, no entanto esclarecedora, em seu romance *Molly Bawn*¹, que após tantas vezes citada, se tornou “*beleza está nos olhos de quem vê*”. Esta frase ilustra o caráter das apreciações estéticas, tidas como formas de gosto pessoal. Entretanto, se pode afirmar que este que vê, enxerga não apenas com os seus próprios olhos, mas a partir dos “olhos” da cultura na qual se está inserido. Neste sentido, as seguintes questões norteiam este trabalho: (a) quais os modelos de beleza e feiura para o brasileiro?; (b) os ideais são os mesmos entre brancos e não-brancos?; (c) os negros são excluídos do ideário de beleza no Brasil?; (d) Há influência da ideologia da branquitude no imaginário de beleza e feiura do brasileiro?

O número de estudos em Psicologia Social que trazem a beleza como tema de análise é crescente (Justo & Camargo, 2013). Muitos avanços já foram obtidos no exame de questões, como: (a) qual a influência da beleza física na atratividade e estabelecimento de relacionamentos (Schlösser, 2014); (b) qual o seu papel na produção de práticas relativas ao corpo (Justo, Camargo, Alves & Schlösser 2013; Novaes, 2006; Secchi, Camargo & Bohn, 2009); (c) como homens e mulheres concebem ideias relativas à beleza (Camargo, Goetz, Bousfield, & Justo, 2011a); (d) bem como o papel que os contextos cultural, ideológico e midiático exercem na emergência de representações sociais (Bôas, 2012; Camargo, B. V.; Justo, A. M. & Alves, 2011b; Goetz, 2009; Goetz, Camargo, Bertoldo, & Justo, 2008; Justo, 2011). Todas estas questões foram fundamentais para a compreensão dos diferentes fenômenos sociais. Contudo, pouco se sabe acerca do impacto da variável “cor da pele” na emergência de representações produzidas sobre a beleza e a feiura.

Destarte, ao analisar os efeitos da variável “cor da pele” na produção de representações sociais sobre a beleza e a feiura, acredita-se que se podem suscitar significativas contribuições, do ponto de vista científico, para esta área do conhecimento. Do ponto de vista social, as discussões aqui levantadas poderão provocar a forma de olhar os padrões de beleza socialmente impostos, seja pelo mercado em geral, ou específico pela mídia televisiva.

Observa-se que os trabalhos, mais relacionados ao tema de interesse desta dissertação, pertencem a outras disciplinas das ciências sociais, a saber, Antropologia,

¹ Fonte: <<http://www.phrases.org.uk/meanings/beauty-is-in-the-eye-of-the-beholder.html>>.

Sociologia, História e Filosofia (Coutinho, 2005; Coutinho, 2010; Domingues, 2002; Edmonds, 2002; Figueiredo, 2002; Flores, 2007; Fry, 2002; Goldemberg & Ramos, 2002; Gomes, 2003; Malysse, 2002; Miskolci, 2006; Neto & Capone, 2007; Oliveira, 2007; Paula, 2010; Rocha & Barbosa, 2014).

Também nota-se que entre os estudos com análises psicossociais sobre o racismo, se dá pouca relevância à estética como via de discriminações e exclusões (Camino, Silva, Machado & Pereira, 2001; Fernandes, Costa, Camino & Mendonza, 2007; Lima, 2011; Lima, 2002; Lima & Vala, 2004). No entanto, já há alguns estudos que apontam para a possível desvalorização da estética negra em contrapartida à valorização da estética branca como caminho para a exclusão de minorias (Bento, 2007; França, 2011; França & Monteiro, 2002; Paim, 2007; Paim & Pereira, 2011; Schucman, 2012). Desse modo, conta-se que este trabalho possa colaborar para acrescer as discussões sobre o impacto do racismo estético e da ideologia do branqueamento nas representações sociais sobre a beleza e a feiura, ao empregar a variável “cor da pele” na análise de preferências estéticas de participantes de diferentes grupos de cor da pele.

Cabe ainda referir que, em trabalho anterior, a autora desta pesquisa investigou sobre as representações sociais da beleza negra e como elas influenciavam as escolhas estéticas de mulheres autodeclaradas negras (Santos & Silva, 2011). Porém, sentiu a necessidade de aprofundamento nas questões: (i) quais são as representações sociais da beleza e da feiura, elaboradas por brancos, pretos e pardos; e (ii) qual o impacto da cor da pele nas representações de beleza e feiura. São questões que também motivaram a pesquisa.

Nestes termos, este trabalho de dissertação objetiva analisar a influência da cor da pele nas representações sociais sobre a beleza e a feiura a partir de celebridades expostos na mídia televisiva brasileira, a fim de: (a) verificar a influência da cor da pele na escolha de modelo de beleza e feiura de participantes de diferentes grupos de cor da pele; (b) verificar a influência da cor da pele nas representações sociais sobre a beleza e a feiura de participantes de diferentes grupos de cor da pele; (c) averiguar a possível influência das representações sociais sobre a beleza e a feiura na avaliação da autoimagem de participantes de diferentes grupos de cor da pele; (d) aferir a presença de celebridades de cor da pele preta na programação dos principais Emissoras de TV Aberta do Brasil (ETVA); (e) verificar a influência da exposição dessas celebridades na programação das principais Emissoras de TV Aberta do Brasil e representações sociais sobre a beleza e a feiura elaborada pelos participantes da pesquisa.

A dissertação em evidência é composta por cinco capítulos. O primeiro aborda as implicações da estética com o racismo, em especial no contexto brasileiro; o segundo traz a teoria das representações sociais, juntamente com os estudos desenvolvidos atualmente sobre a beleza e o corpo, no qual foram discutidas as desigualdades estéticas entre brancos e não-brancos na mídia televisiva. Prontamente, no terceiro capítulo foram apresentadas as hipóteses, método e resultados do estudo I, em conjunto com o estudo de Classificação da cor da pele. No quarto capítulo realizou-se a exposição dos procedimentos, resultados e discussão do estudo II. Por fim, o capítulo cinco tratou das considerações finais sobre o trabalho, onde apontamos as contribuições principais e as limitações, juntamente com outras propostas de investigação.

CAPÍTULO 1

ESTÉTICA DO RACISMO

Com o propósito de compreender as representações que socialmente foram construídas sobre a beleza e a feiura, este capítulo discute teoricamente o impacto do racismo nas representações sociais sobre a beleza e a feiura. Para tanto foi analisada a literatura que propõe relação entre ideologias raciais difundidas ainda no fim do século XIX e início do XX, bem como ideias relativas ao ‘aperfeiçoamento’ estético do povo brasileiro. Inicialmente relatou-se a relação entre aparência racial e o racismo no Brasil. Em seguida foi trazido o cenário no qual a eugenia, de maneira geral, e a brasileira, especificamente, se desenrolou, trazendo à tona as posturas de alguns eugenistas brasileiros ao proporem uma estética nacional, compreendida como a via para a modernização do Brasil. Enfim, articulou-se a ideologia do branqueamento e de suas dimensões de análise.

1.1 Aparência Racial e Racismo no Brasil

Segundo Fredrickson (2002), a expressão racismo passou a ser comumente utilizada na década de 1930, quando se precisou de uma nova palavra para definir as teorias nas quais os nazistas se baseavam para perseguirem os judeus. Para o autor Lima (2002) o racismo, juntamente com as suas manifestações, pode ser definido do seguinte modo:

[...] uma hierarquização e inferiorização de determinados indivíduos e grupos que decorre da percepção de que algumas diferenças físicas reais, como por exemplo a cor da pele dos Negros, ou imaginárias, como por exemplo o nariz aquilino dos Judeus, implicam numa determinação natural das habilidades sociais e culturais daqueles indivíduos e dos seus grupos de pertença. Cabe referir que a percepção ou construção das diferenças físicas entre os grupos é um processo que já em si reflete as assimetrias de poder entre os grupos, uma vez que só se é diferente em face de um padrão de referência, que define como se deve ser. Este padrão de referência é estabelecido sempre pelos grupos majoritários (Lima, 2002, p.52).

Assim, se pode afirmar que o racismo seria um processo mais amplo que o preconceito racial – por não envolver apenas o preconceito individual, visto que engloba manifestações como a discriminação e a exclusão, e se distingue em três níveis: (1)

individual; (2) cultural; e (3) institucional, o que o caracteriza como um fenômeno mais amplo que o preconceito (Lima, 2002). De tal modo que, entre o preconceito e o racismo, estaria à distinção de que um engloba processos de classificação simplificados e que nem sempre são manifestos (Camino, Silva, Machado & Pereira, 2001); enquanto no outro há uma profunda crença nas diferenças como próprias ou naturais a um determinado grupo (Borges, Medeiros & D'Adesky, 2001). Mas isso não quer dizer que o preconceito não deva ser combatido, pois há autores que o consideram como 'um primeiro passo' para que se discrimine o outro (Fernandes, Costa, Camino & Mendonza, 2007).

Entretanto, nenhuma classificação racial baseada na cor da pele e traços físicos será possível se o elemento 'aparência física' não for salientado. Conforme alerta Fredrickson (2002), sobre a demasiada ênfase no físico em oposição às fontes interiores ou escondidas do caráter humano, ficou evidente uma maior atenção ao que pensavam ser a "feiura" do judeu típico (Fredrickson, 2002). Isto é, o que o autor acredita que os preconceitos estéticos podem ter sido mais centrais para as avaliações sobre os não europeus e os judeus, no século XVIII, bem como o veredicto forçado e ambíguo da ciência acerca das suas capacidades intelectuais (Fredrickson, 2002). Todavia, na atualidade, também nota-se tal ênfase no físico:

Atualmente, os seres humanos, queiram ou não, são cada vez mais tratados de acordo com as características fenotípicas da sua pele. Em primeiro lugar, os não-brancos são tratados de um modo negativo e desqualificador pelos brancos; e, logo, os próprios não-brancos introjetam essa inferioridade fenotípica e passam a organizar suas vidas de acordo com a rejeição à ausência de brancura e também segundo seu esforço por emular essa mesma pretensa brancura. Desse modo, o racismo fenotípico cresce a cada dia e força a maioria das pessoas a tentar ajustar sua pele para aproximar-se, ainda que minimamente, do padrão de corpo ideal; ou, pelo menos, para afastar-se das imperfeições físicas que acreditam portar (Carvalho, 2000, p. 02).

Neste sentido, percebe-se, na literatura, que a aparência física exerce um papel fundamental na formação e no desenvolvimento de alguns estereótipos (Vilhena, Medeiros & Novaes, 2005), uma vez que serve, a um primeiro momento e de modo simples, para classificar e homogeneizar membros do grupo alvo (Vilhena, Medeiros & Novaes, 2005). Já a aparência racial, características tais como cor da pele, tipo do cabelo, características fenotípicas, servem como marcadores de identidades, passam pelo corpo, signos e construções culturais (Paim, 2007).

No racismo brasileiro a aparência física é reportada com frequência quando se quer demarcar estatuto social, como no caso dos escravos que deveriam andar descalços, diferindo dos seus senhores, do mulato ou mesmo do negro liberto (Alencastro, 1997).

Nesta perspectiva, Guimarães (1999) afirma que, a partir dos estudos antropológicos e sociológicos da década de 1950 e 1960, formou-se o consenso de que no Brasil a aparência física e não a origem determinaria a cor de alguém (Guimarães, 1999). Um destes estudiosos do assunto foi o sociólogo Oracy Nogueira. Com base em seus estudos produzidos nos anos 1950, apresenta a perspectiva das relações raciais no Brasil como algo que, não raro, ocorre a sobreposição de diferença social/classe e de pertencimento racial, estabelecendo uma relação desproporcional de tratamento entre classe e raça. Como se nota na definição apresentada sobre o preconceito racial no Brasil:

Quando o preconceito de raça se exerce em relação à aparência, isto é, quando toma por pretexto para as suas manifestações os traços físicos do indivíduo, a fisionomia, os gestos, o sotaque, diz-se que é de marca; quando basta a suposição de que o indivíduo descende de certo grupo étnico para que sofra as consequências do preconceito, diz-se que é de origem (Nogueira, 2007, p.292).

Os demais estudos de sistema classificatório no Brasil que precederam o de Nogueira também chegaram a conclusões semelhantes (tais como o de Thales de Azevedo e Wagley e mais recente de Ângela Figueiredo). Difundiam, sobretudo, que não haviam regras claras de filiação racial como a dos norte-americanos, mas que a categorização racial se daria com base na aparência física (Guimarães, 1999). Não obstante, foi Thales de Azevedo (1951/1996), no seu livro *“As elites de cor em uma cidade brasileira”*, quem elucidou que no Brasil a “cor” dizia mais do que uma pigmentação:

Os estudos coordenados por Azevedo e Wagley também contribuíram para fixar a tese de que haveria em operação no Brasil um processo de embranquecimento, se não em termos biológicos, como queria a antiga antropologia racialista, ao menos social. Ou seja, haveria uma tendência dos negros e mulatos em ascensão social a se transformar em socialmente brancos, já que a "cor" significava mais que simples pigmentação (Guimarães, 1999, p. 151).

Baseando-se no pressuposto de que a “cor” da pele não seria apenas uma pigmentação, mas inclui outros traços físicos, como textura dos cabelos, tamanho e formato do nariz e dos lábios, Figueiredo (2002) conclui que atualmente:

É principalmente a cor da pele e a textura dos cabelos que vão definir o lugar a ser ocupado no interior dessa escala classificatória. Assim, por exemplo, morena é a

pessoa mestiça e de cabelos lisos, o mulato é também mestiço, mas de cabelo crespo; o denominado sarará são as pessoas mestiças, de pele muito clara, mas de cabelo crespo. E os cabo-verdes são as pessoas de pele escura e cabelo lisos, considerados como muito bonitos no Brasil. O que leva a pensar que mais importante do que a cor da pele e [sic] a textura do cabelo (Figueiredo, 2002, p.06).

Figueiredo (2002) traça a relação existente entre cor da pele e textura do cabelo, e como esses traços fenotípicos servem de instrumentos ao racismo brasileiro. Haja vista, ao mesmo tempo em que classificam e hierarquizam, determinam posições sociais, nas quais o polo branco é apontado como positivo e o polo negro sempre como negativo. Por fim, Brah sintetizando sobre o conceito de racismo, alega:

Cada racismo tem uma história particular. Surgiu no contexto de um conjunto específico de circunstâncias econômicas, políticas e culturais, foi produzido e reproduzido através de mecanismos específicos e assumiu diferentes formas em diferentes situações (Brah, 2006, p. 344).

Seguindo a linha argumentativa de Brah (2006), foi-se buscar na história a relação entre racismo e aparência racial no Brasil ainda nos Séculos XIX e XX, para assim expor as circunstâncias econômicas, políticas e culturais na qual o racismo foi produzido, os mecanismos empregados para a sua reprodução e as diferentes formas que foi assumindo com o passar dos anos.

1.1.1 Aparência Racial no Fim de Século XIX

Na realidade efervescente de modernização na região de São Paulo e Rio de Janeiro, havia restrição no acesso às roupas finas. Logo, a um escravo não era permitido o uso de sapatos, nem tamancos ou mesmo sandálias, ele deveria se apresentar “de pé no chão”, “para deixar bem exposto o estigma indisfarçável do seu estatuto de cativo” (Alencastro, 1997, p.79). Assim, uma das artimanhas dos escravos fugidos no Rio, era “arranjar sapatos, calçá-los, e misturar-se aos negros e mulatos livres e libertos, que circulavam pela cidade” (Alencastro, 1997, p.79). Entretanto, essa ordem passa por alterações após o surto de cólera que se sucedeu nos anos de 1850, o anúncio da época baseava-se num dos preventivos aconselhados pelos médicos – o uso de sapatos:

É geralmente conhecido que a moléstia reinante tem atacado com mais fluência a escravatura, devido a esta [sic.] andar descalço [...] lembramos pois aos senhores possuidores de escravos que muitas vantagens tirarão de os trazerem calçados

enquanto nos flagela a epidemia atual, encontrando para esse fim sapatos grossos e muito próprios, pelo módico preço de 1\$500 o par, na sapataria da rua do Carmo nº 51 (Alencastro, 1997, p.79).

Contudo, em uma cidade na qual circulavam negros e mulatos livres e libertos, tal medida causou confusão, pois como poderiam agora identificar quem eram os cativos, se todos passassem a usar sapatos?

Neste período, buscar as origens do estatuto social e civil era perigoso, convinha que não houvesse dúvidas quanto ao cotidiano: “livres e libertos procuravam parecer brancos. Brancos e bem-apegoados” (p.83). Com o intuito de se “fazer passar” e mesmo driblar ao máximo a aparência racial, algo que poderia denunciar seu estatuto social e civil, brancos e negros libertos buscavam no mercado produtos que possibilitassem a manipulação de sua aparência racial (Domingues, 2002). Isso se dava de tal modo que a cada dia se inseria no comércio uma gama de produtos e serviços, cujos anúncios nos jornais da época prometiam mudar a aparência dos seus clientes (Alencastro, 1997; Domingues, 2002).

Naquela época a aparência racial era foco constante de atenção, visto que não havia limites para o preconceito de cor (Alencastro, 1997). Assim, inserções de anúncios publicitários de perucas de cabelos lisos, claros e loções que prometiam embranquecer quem as utilizasse, eram comuns dentro destes veículos de comunicação (Del-Priore, 2006).

Pode-se dizer que o desejo de querer ‘parecer branco’ estava no ideário social que quase sempre associava o negro à condição de cativo, como se fossem estatutos destinados exclusivamente aos pretos, pardos e mulatos da época. Um fato que pode ilustrar esse imaginário social consta no *Jornal do Comércio* de 1858, com o artigo intitulado “Escravo branco”:

“Apresentou-se ontem na Praça do Comércio um homem branco, de olhos azuis e cabelos louros, de 25 a 26 anos, que jaz no cativo e pedia uma subscrição para comprar a sua liberdade. As pessoas presentes mal podiam acreditar que esse homem fosse escravo”. Feitas as verificações, constatou-se que o homem estava falando a verdade. Imediatamente os passantes organizaram uma coleta e conseguiram os 1600 contos de réis para alforriar o escravo branco (Alencastro, 1997, p.88).

Logo após o término do tráfico negreiro, o oeste paulista moderniza-se em parte devido à resistência dos próprios escravos. E o custo da manutenção com o controle do

escravo *ladino*² tornara-se maior em comparação com a gestão da mão-de-obra imigrada, o que abriu precedentes para que a política migratória ganhasse cada vez mais adeptos (Alencastro & Renaux, 1997). De tal modo, o Estado brasileiro tratou de organizar medidas que viabilizassem o ingresso da nova mão-de-obra no país, a exemplo do regulamento de 18 de junho de 1851, concernente às políticas de incentivo à entrada de imigrantes europeus. Estabelecia o registro civil nacional, destinado ao assentamento dos novos imigrantes, para garantir plena cidadania aos não católicos, sobretudo os imigrantes protestantes (Alencastro & Renaux, 1997). Por um lado, importavam a mão de obra europeia, oferecendo vantagens como pagamento parcial das passagens (cerca de 64%), por outro lado, a recém formada massa de desempregados recentemente libertos, era tida como não qualificada para o novo período que se instaurava no Brasil (Lima, 2002). Todavia, a imigração europeia acabou sendo responsável por incorporar no Brasil novos costumes, bem como novas feições ao brasileiro.

O medo de que os cativos se voltassem contra seus senhores era sentido pela minoria branca, que encontrou, na imigração europeia, uma saída, especialmente após o término do tráfico negreiro (Alencastro, 1997). Assim, uma das explicações possíveis para o modo como às relações raciais se deram no Brasil, no século XIX e início do XX, está atrelada ao modo como os brasileiros assimilaram o racismo científico criado na Europa. E, mais abertamente, políticas racistas eugenistas, com vistas a uma possível homogeneização da população, conforme destacam Kobayashi, Farias e Costa (2009, p.315):

A eugenia representou uma ideologia de “regeneração nacional” em um grande número de países; desde as primeiras décadas do Novecentos, frutificou no Brasil e aqui se aclimatou a partir de origens européias – foi em Londres e em outros centros europeus que frutificaram as primeiras associações e movimentos civis criados com propósitos eugênicos.

Cabe salientar que essas “novas” teorias europeias nas quais o Brasil se espelhava eram ainda no século XVIII, atitudes raciais que possuíam um caráter puramente estético, como nesses exemplos citados por Fredrickson (2002, p.53):

Em *Outline of the History of Humanity* (Breve História da Humanidade), publicado em 1798, o filósofo alemão Christoph Meiners correlacionou a beleza

² O negro africano passava a *ladino*, após acostumar-se ao português, ao trabalho nas fazendas ou nas minas, ao serviço doméstico, à disciplina da escravidão e às artimanhas dos seus pares, com quem convivia [...] (Carneiro, 2010, p.09).

física com a inteligência, na classificação dos tipos humanos. As pessoas “claras” eram superiores em ambos os aspectos, enquanto que “os povos mais escuros de cor”, foram considerados “feios” e, quando muito, “semi-civilizados”. Nas suas *Notes on Virginia*, Thomas Jefferson refletia a mais sofisticada etnologia europeia da altura quando via os negros como iguais aos brancos em sentido moral inato e deu apenas um endosso aparente à crença popular na sua inferioridade intelectual. Mas não tinha dúvida nenhuma que eram a raça mais feia.

Logo, a fealdade, traçada nas tintas e na escrita do Brasil por viajantes e cientistas estrangeiros do século XIX, era representativa de nossa não-civilidade e de uma identidade às avessas. Com isso, estes intelectuais esperavam que, imediatamente, a eugenia ajustasse os meios para embelezar e aperfeiçoar o nosso tipo étnico em formação (Flores, 2007).

Foram essas teorias raciais desenvolvidas pelo pensamento científico do Iluminismo que formaram a condição prévia para o crescimento do racismo moderno baseado no tipo físico, a exemplo do naturalista Carl Lineu, que incluiu as espécies humanas dentro dos gêneros de primatas existentes. Porém, o centro estável era os europeus, aos quais descreveram como: “perspicazes”, “inventivos” e “governados por Leis”; e aos africanos como: “manhosos”, “preguiçosos”, “negligentes” e “governados pelo capricho” (Fredrickson, 2002, p. 51).

Outro que buscou, igualmente, classificar os grupos humanos foi Johann Friedrich Blumenbach, em seu livro *On the natural varieties of mankind* de 1776, escrevendo acerca da divisão da espécie humana em cinco partes, sendo uma dedução razoável dos tipos físicos dominantes dos continentes ou mesmo de regiões conhecidas (Fredrickson, 2002). Entretanto, um tipo em particular é destacado por ele como o mais belo, habitante da região do Cáucaso, a qual intitulou de “caucasianos”, classificando-os como a raça humana original a partir da qual as demais haviam divergido ou degenerado. Segundo afirmava, seriam os mais “bonitos” e “elegantes”, tendo, também, “a mais bela forma de crânio” (Fredrickson, 2002, p. 52).

Para Carvalho (2000), os seres humanos classificados como caucasianos, possuidores de pele clara, olhos claros, cabelos lisos e narizes finos – ou precisamente os “brancos” ocidentais – europeus, em geral, e muito particularmente os anglo-saxões, foram os responsáveis por definir padrões de valor e beleza para toda a espécie humana, e os impuseram, conforme o autor, por meios diversos, como assinala:

[...] (antes a ferro e fogo e atualmente através da indústria cultural e do controle político e financeiro) a todo o resto do mundo. Essa imposição começou no séc. XVI, quando os europeus conquistaram a América e consolidaram o tráfico de escravos da África para o Novo Mundo. A partir daí, a combinação de escravidão, colonialismo e capitalismo marcou a imagem do homem branco ocidental como superior aos não-brancos (que começaram a ver-se como não-brancos) dos demais continentes (Carvalho, 2000, p.01).

No Brasil, com a instalação da República e diante do “mal-estar” com a miscigenação concebida como avessa à civilização, a visão que predominava sobre a população é traduzida, nas palavras de Renato Kehl (1933), ao conclamar uma campanha de “regeneração da espécie”: “a nossa plebe é feia, desengonçada e doente” (Kehl, 1933, p.04, citado por Flores, 2007, p.61). Neste sentido, cabia a arte juntamente com a ciência, abolir todas as desgraças, curar fealdades e alcançar a beleza para, enfim, regenerar a Nação (Flores, 2007). Misses, estátuas e *top-model* faziam, às vezes, de protótipos do tipo ideal brasileiro.

1.2 “Aperfeiçoar o Povo Brasileiro” – Estética na Política da Raça no Início do Século XX

Uma das teorias que ganhou adeptos entre os cientistas brasileiros foi o darwinismo social, embrionário do Darwinismo biológico, nela se afirmava que a evolução para formas superiores de vida natural resultava da sobrevivência dos mais aptos, numa competição de diferentes espécies e variedades (Lima, 2002). Estas ideias tiveram impacto no campo das teorias raciais, pois acreditava-se que as diferentes raças haviam passado por processos evolutivos, dos quais apenas as raças superiores haviam predominado. Entretanto, vale ressaltar que esses homens se utilizaram dos modelos evolucionistas e social-darwinistas, que já estavam bastante ultrapassados na Europa, para definir a inferioridade dos negros em relação aos brancos (Schwarcz, 1993).

Os adeptos do darwinismo social acreditavam que as raças humanas não deveriam se misturar, pois desse processo poderia resultar um híbrido estéril e fraco. Desta suposição advém o termo “mulato”, para designar o fruto do cruzamento do branco com o negro, partindo da associação com as mulas, resultado do cruzamento de espécies diferentes do qual se gera um animal estéril (Lima, 2002). Tais concepções, ganharam adeptos no Brasil em um período em que a população brasileira era constituída de uma

massa não branca, e por uma elite amedrontada com a quantidade de ex-cativos libertos (Bento, 2007).

Assim, a *intelligentsia* brasileira buscava por soluções que atendessem às peculiaridades do país e não apenas reproduzirem o que os eugenistas estrangeiros acreditavam. Logo, defendiam um ideal de regeneração da raça, em lugar da tese de degeneração defendida em outros países (Guimarães, 1999; Kobayashi, Faria & Costa 2009). As ideias difundidas pelos cientistas ainda no fim do Século XIX era que a miscigenação traria a regeneração ao povo brasileiro e o salvaria do atraso:

[...] tratou-se de inventar o *povo*, tendo o mestiço como eixo simbólico da unidade nacional. A nova interpretação das teorias raciais possibilitava o abandono, pelo menos em parte da visão negativa dos cruzamentos raciais. Os *bons* mestiços ao se reproduzirem sob a tutela da eugenia, alcançariam o branqueamento e a homogeneidade étnica (Flores, 2007, p. 66).

Contudo, foi com a aparição de *Casa-grande & senzala*, em 1933, que se iniciou uma grande mudança no modo como a ciência e o pensamento social e político brasileiros encaravam os povos africanos e seus descendentes, híbridos ou não (Guimarães, 1999). As teorias vindas da Europa que ganhavam adeptos no país sofreram torções ideológicas e ganharam novas interpretações, que Guimarães (1999) credita às ideias de Freyre, divulgadas em seu livro *Casa-grande & senzala*, por mudar o ponto de vista dos *experts* da época em relação à ‘hibridização’ da população brasileira. Outro motivo para a mudança na forma de pensar as teorias raciais europeias por um viés, contrário ao da degeneração, se deve ao fato de a própria elite não se certificar em absoluto sobre a tal “pureza racial”, assim a eugenia no país adotou procedimentos distintos aos da Alemanha, prontamente:

[...] embora possuísse um caráter racista, a eugenia brasileira na década de 1920, não defendia uma higienização ao estilo de Hitler, defendendo a esterilização ou eliminação de qualquer raça. Mesmo porque, muitos membros da elite não tinham certeza da “pureza” de seu próprio sangue (Stepan, 2004 citada por Kobayashi, Farias & Costa, 2009, p.338).

Na década de 1920, enquanto os Estados Unidos e a Alemanha se esforçavam em desenvolver uma raça pura, os cientistas brasileiros se esforçavam para se livrar da acusação de “degenerescência mulata”, assim, “a avaliação negativa dos mulatos pelos cientistas europeus e norte-americanos era confrontada pela afirmação brasileira de que

seria por meio da miscigenação racial que o Brasil realizaria seu próprio futuro ‘eugênico’” (Stepan, 2004, p.357 citado por Kobayashi, Farias & Costa, 2009, p.340).

Assim, pode-se afirmar que a eugenia brasileira nas duas primeiras décadas do século XX possuía características particulares, distintas daquela praticada nos Estados Unidos e na Alemanha (Kobayashi, Faria & Costa, 2009). Isso devia-se ao Brasil, já nesta época, possuir uma população miscigenada e na qual aparentemente o mestiços e mulatos tinham relevante importância na vida social do país:

No Brasil, logo no início do século XX, a construção da nacionalidade foi positivamente afetada pelo descrédito do conceito de raça, o qual representou, sempre, um enorme estorvo para os construtores da nação, dada a incongruência entre a importância dos mulatos e mestiços na vida social e os malefícios que as teorias racialistas atribuíam à hibridização (Guimarães, 1999, p. 148).

Prontamente, sendo o Brasil país predominantemente católico, as práticas eugênicas (esterilização, proibição de casamentos, abortos e eutanásia) não tiveram as mesmas proporções dos contextos europeus e norte-americanos. Mas isso não significava que a noção de melhoramento racial da população fosse menos instigante para a ‘*intelligentsia*’ brasileira. O tema impulsionou médicos, sociólogos, antropólogos e educadores, estes intelectuais acreditavam que o aperfeiçoamento do povo brasileiro deveria ser fundado no tripé “saúde, força e beleza” (Flores, 2007).

Entretanto, o Brasil não era o único a buscar na beleza corporal, associada à beleza da raça, uma política da estética. A mesma autora constou também:

[...] nos programas estatais, em todo o mundo ocidental nas primeiras décadas do século XX, seja no nazismo ou fascismo, nas ditaduras de todos os matizes estadonovistas [...]. Na Alemanha, os famosos nus de Arno Breker recriam a beleza helênica, representativa do homem viril como símbolo da pureza racial. [...] O projeto fascista foi um projeto estético. Uma verdadeira “política da beleza” (Flores, 2007, p.17).

Neste sentido, Flores (2007) desenvolveu uma série de estudos sobre um objeto que designa como cultura de raça que emergiu no fim do século XIX e início do XX, no mundo ocidental. Foram cerca de dez anos de investigação sobre a cultura de raça desenvolvida aqui no Brasil, no qual sua pesquisa histórica aponta o envolvimento de renomados cientistas nacionais que se dedicaram à difusão, ou, parafraseando o Dr. Renato Kehl, “a vulgarização do eugenismo”.

Segundo a autora em questão, o termo “cultura de raça” pode ser facilmente entendida como “a tecnologia que empregou métodos de eugenia, lamarkiana ou galtonianas, a fim de melhorar e embelezar a raça, já que da beleza da raça dependia a marcha da evolução humana” (Flores, 2007, p.15).

Assim como Renato Kehl, outros intelectuais, políticos, juristas, artistas, antropólogos, médicos e psicólogos apostavam no discurso eugênico para dar novas feições ao país (Flores, 2007). Igualmente, a institucionalização do eugenismo no país contou com nomes, tais os de Belisário Penna, Renato Kehl e outras autoridades eminentes na discussão acerca da constituição da raça brasileira. Como exemplo destaca-se o antropólogo e então diretor do Museu Nacional, Edgar Roquette-Pinto (Kobayashi, Farias & Costa, 2009), além de outros teóricos que se destacariam mais à frente destes primeiros, mas por questões de delimitação, ater-se-á sobre a obra desses dois renomados intelectuais da época: Renato Kehl e Roquette-Pinto.

Para o antropólogo e então diretor do Museu Nacional, Edgar Roquette-Pinto, a participação do Brasil nos concursos de beleza universal era considerado um assunto de interesse nacional. Participante desde que esses concursos foram instituídos no começo do século XX, para ele o evento, a um só tempo: (a) tomava o caráter de uma prova eugênica; (b) fazia recordar ao brasileiro que era hora de pensar na raça; (c) prova de amor patriótico das candidatas; (d) os juízes deveriam exercer a tarefa com seriedade, pois tratava-se de uma política de raça (Flores, 2007, p.29). Contudo, o modelo ideal de beleza baseava-se na Alemanha, na Inglaterra e nos Estados Unidos (Flores, 2007). De tal modo, “o tipo escolhido não deveria ser exatamente o tipo médio brasileiro, mas o tipo ideal: a beleza de mulher brasileira branca” (Flores, pp.29-30). Assim, a miss era o tipo ideal para a “clonagem” do tipo ideal da raça.

O escultor Celso Antônio, ao ser chamado para erigir a estátua que iria compor a entrada do Ministério da Educação, precisou realizar uma consulta aos antropólogos especializados na constituição do povo brasileiro, que discorreram sobre a concepção do *Homem Brasileiro*, que “deveria ser figura sólida. ‘Nada de rapaz bonito’. Um tipo moreno de boa qualidade, com o semblante denunciando inteligência, a elevação, a capacidade de criar e realizar” (Flores, 2007, p. 32). Por fim, a obra acabou não saindo do papel, restando apenas um projeto, já que Capanema, então Ministro da Educação, não ficara satisfeito com a proposta do escultor, o qual não conseguiu fixar o ideal pretendido, já que era preciso a representação do futuro homem brasileiro (Flores, 2007).

Renato Kehl foi um dos principais nomes do eugenismo no Brasil (Diwan, 2002). Diversos livros somam-se à sua vasta obra. Dentre eles, *A cura da fealdade* foi uma de suas obras mais divulgadas e ilustradas sobre o discurso da eugenia baseado na arte e na ciência, prometia-se “eliminar todas as ‘desgraciosidades’, curar fealdades e alcançar a beleza para regenerar a nação” (Flores, 2007, p.17). Em seu texto é possível identificar uma minuciosa tentativa de desumanizar o corpo imperfeito, ao relacioná-lo à feiura, monstruosidade e a doença (Diwan, 2002).

Descrever a fealdade era parte da proposta da eugenia, mas ser feio estava para além de um valor estético, a falta de beleza era traduzida em termos de doença (Diwan, 2002; Sant’ Anna, 2005; Flores, 2007). Conforme discorre em seu livro, Kelh aponta a sífilis, o gigantismo, as deformidades físicas, todos exemplos de um corpo degenerado (Flores, 2007). A feiura era tomada como doença e associada ao grande medo de ser feio ou de nascer feio (Diwan, 2002).

No entanto, Kelh acreditava que era apenas uma questão de vontade, criar a elite humana, eliminar as fealdades, as imperfeições os aleijões. Em sua obra, após listar todas as ‘desgraciosidades’ possíveis, conclui que:

A fealdade não é um atributo natural da espécie humana; corresponde a um desequilíbrio provocado por diversas causas, como a doença e a degeneração. Pela ação da primeira se fica feio; pela ação da segunda se nasce feio [...]. A fealdade é um efeito, e não há efeito sem causa (Kelh, 1933, p.193 citado por Flores, 2007, p.62).

Segundo indicações terapêuticas do Dr. Kelh, para que a cura da fealdade se processasse, o indivíduo deveria buscar o embelezamento, os padrões recomendados, ainda são baseados na forma física dos gregos.

Nesse meio tempo, teses culturalistas, como as de Franz Boas (Guimarães, 1999), ganham espaço no mundo Ocidental e até mesmo os intelectuais brasileiros, seus discípulos vão desde Nina Rodrigues, médico baiano, até Gilberto Freyre, a quem se atribuiu a mudança na forma como a ciência; o pensamento social e político brasileiro encaravam os povos africanos e seus descendentes (Guimarães, 1999). Entretanto, aqui, os eugenistas não consideravam todos os mestiços passíveis de serem regenerados, dentro desta categoria eles eram separados em dois tipos distintos – os “bons mestiços” e os “maus mestiços”. Sobre essas categorias, os cientistas acreditavam que:

Sobre os “bons mestiços” seria possível aplicar as leis de perfectibilidade, para alcançar o padrão de beleza ou uma estética do corpo comparável aos países

civilizados. Os profundamente degenerados, melhor seria deixá-los reproduzir entre si e extinguir-se a mesquinha geração por esterilidade e mortalidade precoce (Gazeta Médica da Bahia, 1925, p. 161 citado por Schwartz, 1993, p.226).

Portanto, mesmo com a perda de força das teorias raciais do século XIX, a discussão a respeito da miscigenação e, conseqüentemente, da imigração, continua e acaba esbarrando em outro aspecto bastante em pauta na eugenia brasileira: o mito do branqueamento (Kobayashi, Farias & Costa, 2009).

1.3 Ideologia do Branqueamento

Em literatura acerca do tema das relações racializadas no Brasil, se pode observar que a carga do branqueamento se expressa totalmente no terreno estético (Domingues, 2002; Flores, 2007), uma vez que a brancura tomada como referencial de beleza pautava o comportamento e as práticas de embelezamento da época, fim do século XIX e início do XX, desde brancos da elite até alguns negros ‘assimilados’. Antes cabe discutir sobre o que é o branqueamento, para mais à frente analisar a sua relação com as representações sociais sobre a beleza e a feiura. Para tanto, é preciso pensar o branqueamento a partir de dois aspectos: (a) como fenômeno populacional da “realidade empírica”; e (b) de seus aspectos ideológicos, conforme propõe Domingues (2002).

Em consonância com Hofbauer (2006), o branqueamento é uma categoria analítica, para a compreensão das relações raciais ou mesmo do racismo no Brasil. No entanto, o autor demonstra preocupação para o modo como este conceito vem sendo tratado em alguns trabalhos, pois ora ele é enfatizado a partir de seus aspectos ideológicos, como “uma interiorização dos modelos culturais brancos pelo segmento negro, implicando na perda do seu *ethos* de matriz africana”; ora é comum definir o termo enquanto fenômeno populacional da “realidade empírica” como um “processo de ‘clareamento’ da população brasileira, registrado pelos censos oficiais e previsões estatísticas do final do século XIX e início do XX” (Domingues, 2002, pp.565-566).

Neste sentido, como fenômeno populacional da “realidade empírica” do Pós-Abolicionismo, o branqueamento era recorrentemente citado como “um processo irreversível no país”, cujas previsões difundidas nos documentos oficiais do governo, como a exemplo dos censos da época, demonstravam a diminuição assustadora da população negra (Domingues, 2002), nos censos de 1872 os negros (pretos e mulatos) correspondiam a 37,2% da população. Em 1893, esse percentual caiu para 11,1% e

conforme as expectativas, em 1934, esse percentual declinaria para 8,5% (Domingues, 2002).

Este processo culmina com a afirmativa de Roquette-Pinto, em 1933, ao defender, que se os mestiços estavam “desaparecendo”, não era devido à sua constituição, mas às condições sociais precárias a que estavam submetidos (Kobayashi, Farias & Costa, 2009); por seu turno, representava a realidade diária das cidades. Estes entregues à própria sorte, começavam a declinar pela fome ou pelas doenças, algo que é visto como estratégico aos propósitos eugênicos da época:

As políticas públicas com vistas à “eugenia” da população brasileira também atuavam através do extermínio físico direto e indireto da população negra. Depois da abolição da escravidão foi imposta aos “negros” uma condição social de miséria absoluta e desemprego que implicou em enfavelamento e maior incidência de doenças infecto-contagiosas (sífilis, lepra, tuberculose, esquistomose, etc.) (Lima, 2002, p.164).

Em suma, o branqueamento como um fenômeno populacional, trata-se de um advento do pós-abolicionismo, no qual a elite branca, assustada com a quantidade de negros libertos, presentes na ex-colônia, incentivou uma política de imigração europeia por parte do Estado brasileiro, o que resultou em cerca de 3 milhões de imigrantes europeus trazidos para o país num período de trinta anos, número equivalente ao de africanos (quatro milhões), resultado dos três séculos de exploração (Bento, 2002).

As explicações para o fenômeno que emergia no seio da sociedade, em especial, da paulistana, eram dos mais diversos. Algumas delas podem servir para a compreensão de como se caracterizava o branqueamento da população, contudo, o objetivo “era menos o branqueamento genotípico e mais o ‘clareamento’ fenotípico da população” e “...constituiu-se numa das vertentes ideológicas assumidas pelo pensamento racista da *Belle Époque*” (Domingues, 2002, p.566).

Passada esta etapa na qual se falou sobre o branqueamento em sua dimensão concreta com vistas ao “clareamento fenotípico” da população, cabe analisar sobre sua dimensão ideológica. Igualmente ao nível ideológico, o branqueamento é recorrentemente compreendido como:

[...] um processo inventado e mantido pela elite branca brasileira, embora apontado por essa mesma elite como um problema do negro brasileiro. Considerando (ou quiçá inventando) seu grupo como padrão de referência de toda uma espécie, a elite fez uma apropriação simbólica crucial que vem fortalecendo

a auto-estima e o autoconceito do grupo branco em detrimento dos demais, e essa apropriação acaba legitimando sua supremacia econômica, política e social. O outro lado dessa moeda é o investimento na construção de um imaginário extremamente negativo sobre o negro, que solapa sua identidade racial, danifica sua auto-estima, culpa-o pela discriminação que sofre e, por fim, justifica as desigualdades raciais (Bento, 2002, p. 01).

Lima (2002) propõe três níveis de entendimento da ideologia do branqueamento, a saber: (a) ao nível das políticas públicas de “eugenia nacional”; (b) ao nível das percepções de estatuto social; e (c) ao nível da autopercepção e das relações interpessoais. Centrar-se-á, aqui, nos dois últimos, propondo uma divisão ao segundo e acrescentando um quarto nível de entendimento – das percepções estéticas e morais.

1.3.1 Percepções de Estatuto Social

A ideologia oficial do branqueamento e as políticas públicas de “eugenia” produziram no país um conjunto de práticas sociais de valorização da cor branca e desvalorização da cor negra que ajudaram a tecer uma representação social da cor ancorada em valores econômicos e sociais (Lima, 2002, p. 162).

Seguindo esta direção, Lima (2002) realiza um estudo no Brasil que demonstra a associação entre o fracasso social e econômico, infra-humanização e maior enegrecimento da pele. Destarte, negros que fracassaram foram vistos como mais pretos e menos características tipicamente humanas lhe foram atribuídas quando comparados a negros com sucesso e, sobretudo, a brancos ‘bem-sucedidos’.

Conforme os autores Lima e Vala (2004b, p. 149), “o racismo no Brasil se manifesta pelo branqueamento dos indivíduos que fazem sucesso e o enegrecimento ou empardecimento dos que fracassam”. Concluem que há “uma forte relação entre o fracasso social e econômico com a cor negra e entre sucesso e a cor branca” (Lima & Vala, 2005, p. 13).

De igual modo, os resultados do estudo realizado por Schucman (2012), para compreender de que maneira a ideia de branquitude é apropriada e construída, indicam que, na comparação entre brancos pobres e pretos pobres, percebeu-se que os significados construídos em torno da pertença racial branca asseguravam, aos primeiros, privilégios e vantagens em diversos setores sociais.

1.3.2 Branqueamento ao Nível da Auto Percepção

O branqueamento também pode ser entendido do espectro psicológico como uma mudança “ao nível da auto-representação da cor da pele, por parte dos ‘não brancos’, ou de outra maneira, de rejeição da pertença negra e mulata em busca de uma identidade ‘branqueada’” (Lima, 2002, p. 163). Isso poderia ser traduzida em outros termos, recorrentemente citada como um problema do negro, que insatisfeito e desconfortável com sua condição de negro, busca se identificar como branco, miscigenar-se com ele, para então eliminar ou diluir suas características raciais (Bento, 2007).

Nunes (2010) reforça a ideologia do branqueamento como parte do desejo inconsciente do mestiço em se assemelhar com o branco e esquecer o lado “negro” de sua origem:

A mestiçagem tão presente em nossa vida nunca eliminou nem o negro, nem as relações marcadas pela raça. O racismo no Brasil é prenhe de contradições. E o mestiço é a prova concreta dessa contradição. Se o Branqueamento físico, tal como foi sonhado pelos homens da *sciencia* do começo do século XX não ocorreu, sua lógica continua presente na cabeça do brasileiro. Assim, o mestiço, frequentemente quer fugir da negritude que o marca e o impede de ascender socialmente. Quando consegue isso, pretende esquecer seu “lado negro” e, por consequência, sua identidade mestiça fica cada vez menos desejável. É por isso que é tão tentador ao mestiço cair na lógica do embranquecimento e resolver a contradição em que vive por meio da assunção do branco, negando qualquer identificação com o negro (Nunes, 2010, p.53).

Bento (2007) defende que a ideologia do branqueamento, juntamente com a mestiçagem, são os principais responsáveis por se discutir o racismo como um problema do negro que, descontente e pressionado, procura adequar sua aparência ao referencial mais próximo – a classe dominante não-negra de valores eurocêntricos – para assimilar e ‘diluir’ suas características raciais, tornando-se o mais próximo do ‘natural’.

Não à toa, ainda hoje ideias relativas ao branqueamento influem na autopercepção, sobretudo quando se busca uma definição de identidade racial. Desta feita, Venturi e Bokany (2005), em seu estudo sobre autodeclaração de cor, pergunta aos entrevistados sobre suas percepções acerca do que é ter a pele escura e ser socialmente reconhecido como um indivíduo negro. Apresentaram quatro perguntas³, com o intuito de investigar a

³As perguntas são: (1) No Brasil há gente de várias cores ou raça. Qual é a sua cor? (2) O senhor diria que sua raça ou cor é: ()branca, ()preta, () parda, ()indígena, () amarela; (3) Considerando as combinações de cor ou raça de seus avós

identidade racial dos participantes, e identificou, na primeira pergunta aberta, que 38% dos sujeitos se classificaram como brancos, 10% como pardos, 7% como pretos. Já na segunda pergunta, 45% dos entrevistados se disseram brancos, e na quarta questão 53% se definiram como brancos. Entretanto, apenas 27% deles afirmaram ter descendido apenas de pessoas brancas, em resposta à questão três. Essa identidade se mostrou mais divergente entre os pardos, uma vez que na pergunta da ascendência, 63% afirmaram ter descendido de negros, mas apenas 34% deles responderam parda para a pergunta sobre a cor ou raça.

Nesta direção, Costa (2009) realizou uma pesquisa sobre o processo de doação de gametas para a inseminação artificial, indicando que havia a classificação de quatro grupos de doadores: brancos, negros, mulatos e orientais. Foi partir destas classificações que os médicos viabilizavam a doação para pessoas do mesmo grupo. E o que se constatou foi que as entrevistadas não se negavam em receber doações de grupos diversos ao seu, desde que a cor fosse mais clara que a dela e se recusavam a receber de doadores cuja pele fosse mais escura. Isso remonta a um outro nível de entendimento desta ideologia, o das relações interpessoais. Como se dão essas relações? Em que medida se aproximam ou se repelem? Como um problema, que era explicitamente da elite branca brasileira, passou a ser ideologicamente interpretado como um desejo do negro em se branquear?

1.3.3 Relações Interpessoais

Assunto debatido recorrentemente nos artigos escritos por Edith Piza, em 1998, e mais atualmente nos textos de Maria Aparecida Bento e de Iray Carone, diz respeito às recompensas simbólicas que a ideologia do branqueamento confere à identidade branca ou branquitude, uma vez que seu grupo foi, e continua sendo tomado como referencial estético, econômico, político e moral (Bento, 2007). Além de gerar no branco um sentimento de superioridade, enquanto que no negro leva a um sentimento de inferioridade (Domingues, 2002). São essas as conclusões a que se chega ao se deparar com a literatura da situação das relações racializadas, ainda no início do século XX:

A ideologia do branqueamento no início do século XX em São Paulo deformou as relações raciais: contribuiu para desenvolver, no branco, um certo complexo de superioridade, e no negro, em contraposição, um complexo de inferioridade. Os brancos, independente da classe social, produziram uma auto-representação

e de seus pais, o senhor(a) tem quais das seguintes combinações de cor ou raça? (4) O(a) senhor(a) se considera branco(a), negro(a) ou índio(a)?

positiva e concebiam seus valores como naturalmente superiores (Domingues, 2002, p.592).

Para Carone (2007), reconhecer o branqueamento como uma patologia do negro, determinada societariamente, traz novamente num equívoco, pois havia agentes sociais que atribuíram tal “doença” ao negro, logo é preciso saber quais foram as motivações conscientes e inconscientes de tais formações ideológicas. Bento (2007) acredita que há interesses econômicos em jogo, pois, “na verdade, o legado da escravidão para o branco é um assunto que o país não quer discutir, os brancos saíram da escravidão com uma herança simbólica, concreta e extremamente positiva, fruto da apropriação do trabalho de quatro séculos de outro grupo” (Bento, 2007, p.27).

Nesse sentido, Bento defende que a branquitude atua como uma guardiã silenciosa de privilégios, já que até mesmo entre pesquisadores mais progressistas, há pouca percepção do seu grupo de pertença, como implicados em um processo relacional, e “não por acaso fazem referência apenas a problemas do Outro, o negro, considerado diferente, específico, em contraposição ao humano, universal, o branco” (Bento, 2007, p.41).

Deste modo, alguns trabalhos no campo das relações étnico raciais começam a destacar o papel do elemento estético na naturalização de assimetrias entre brancos e não-brancos (Araújo, 2006; França, 2011; Schucman, 2012).

1.3.4 Percepções Estéticas e Morais

Na literatura acerca do tema das relações racializadas no Brasil, se pode observar que a carga do branqueamento se expressa totalmente no terreno estético (Domingues, 2002), uma vez que a brancura tomada como referencial de beleza pautava o comportamento e as práticas de embelezamento no século XIX e início do XX, desde os brancos da elite até alguns negros ‘assimilados’ (Domingues, 2002). Interessante salientar que o fenômeno da manipulação estética da aparência física passou a ser destaque, no Brasil, a partir de 1900, em que já se buscava a manipulação dos caracteres físicos desde o período Colonial (Alencastro, 1997).

Na década de 1900 a inserção de uma gama de produtos no mercado brasileiro que concorriam no combate de diversos “defeitos” na aparência, como a exemplo, de pomadas para “afinar a cintura” ou “branquear a pele”, era designada pelos veículos de comunicação como remédios e voltados à determinada camada social – as elites brancas da época (Sant’ Anna, 2005). Entretanto, vale lembrar sobre as teorias vigentes que atrelavam a cura da fealdade à busca do embelezamento, assim havia destaque ao médico

como agente de cuidados e vigilância com a beleza. O que se pode afirmar é que esta lógica operava em conformidade com a visão higienista da época, que traduzia a falta de beleza em termos de doença, logo merecia o exame médico e o tratamento com remédios (Diwan, 2002; Flores, 2007; Sant’Ana, 2005).

Já entre as décadas de 1920 e 1930, havia uma crescente procura por disfarçar características fenotípicas negras e a tez branca era incessantemente buscada como forma de diferenciação do restante da população pobre e preta (Backman, 2009). Entretanto, ao que parece, a elite branca da época não era a única preocupada em se diferenciar do restante da população pobre e preta.

Segundo Domingues (2002), havia um branqueamento estético no qual alguns negros, sobretudo os letrados, estariam imersos, atitude que pode ser compreendida, na medida em que o branqueamento da população brasileira era visto como um fenômeno estatístico da realidade empírica. Não havia dúvidas de que o negro logo seria eliminado da sociedade (Domingues, 2002). Prontamente, só lhes restava a via da assimilação moral e social da etiqueta branca: “O branqueamento moral e/ou social estava fundado na aquisição ou assimilação pelo negro de atitudes e comportamentos presumivelmente “positivos” do branco” (Domingues, 2002, p. 574).

Sobre este movimento de negação da negritude e reafirmação da branquitude como padrão a ser seguido, descrevem as autoras Melo e Peixoto (2015), sobre as suas possíveis motivações, ao analisarem os jornais da dita ‘imprensa negra’ paulistana das décadas de 1915-1923, percebendo que o fato se devia à ideologia predominante na época associada ao negro com o atraso; em contrapartida, e o branco era sinônimo de modernização:

A Ciência e seus cientistas que à época, movidos por ideais (de ordem, progresso e disciplina), associavam o atraso brasileiro à cor eminentemente escura da população, ancoravam as expectativas de progressivo branqueamento, fosse por meio da miscigenação (eugenia) fosse pela disseminação de conceitos e valores de cunho etnocêntrico e etnocida. Em qualquer um dos casos, prevaleciam os ideais eurocêtricos característicos da ideologia dominante. (Melo & Peixoto, 2015, p.4190).

Não à toa que a ‘imprensa negra’ paulistana divulgava em seus jornais notas sobre a moral e os bons costumes. E voltava-se basicamente ao público negro, em geral o feminino. Abordavam o modo de se vestirem, seu comportamento e o que mais julgavam

ser indicativo de feminilidade, como a exemplo desta passagem da Sessão *Observando*, do jornal *O Kosmos*, de novembro de 1922:

Diariamente os jornaes criticam justa e benevolmente o actual exagero da moda, que em geral, as senhoras adoptam nos seus vestuários, prejudicando assim, - a moral e o physico. São bem desnecessários os decotes descommunaes, os braços nus, a demasiada pintura, que forçosamente virá estragar a belleza natural feminina. [...] O recato e o pudor, davam melhor brilho a belleza feminil; a modéstia concorria para o encanto irresistível da mulher [...] (Melo & Peixoto, 2015, p.4091).

Outra marca destes jornais da ‘imprensa negra’ paulistana era a constante inserção de anúncios publicitários voltados para a manipulação de características do fenótipo do negro. Assim, nas décadas de 1920 e 1930, dentre as constantes inserções, estavam as propagandas de produtos para branquear a pele e alisar os cabelos, consumidos em especial por não brancos, convencidos com a falsa promessa de que os produtos poderiam atuar sobre o seu DNA, modificando-o (Domingues, 2002). A exemplo do “*Cabelisador*”:

“Uma invenção maravilhosa!... O cabelisador. Alisa o cabelo mais crespos sem dor. Uma causa que até agora parecia impossível e que constituía o sonho dourado de milhares e milhares de pessoas já hoje uma realidade irrefutável. Quem teria jamais imaginado que seria possível alisar o cabelo por mais crespos que fosse, tornando-o comprido e sedoso? Os cabelos ficam infalivelmente lisos, mas também compridos.”
(Jornal O Clarim d’Alvorada, SP. 13.05.1929)



Figuras 1: Slogan do anúncio inserido no jornal da época sobre o “*Cabelisador*”. Figura 2. Ilustração de Neli Gomes da Rocha, inspirada na publicidade de 1929.

Fontes: Fig.1 Acervo Digitalizado da Imprensa negra paulista e Fig. 2: generoeciencia.wordpress.com/2013/12/03/genero-ciencia-e-negritude-a-quimica-do-cabelo/

Nesse bojo, o mercado de bens e serviços ‘cria’ as condições para os indivíduos alcançarem o desejo que lhes foi inculcado, aquele produzido no imaginário da ‘boa aparência’ e se torna algo amplamente acessível a partir da chegada de inovadoras técnicas de manipulação do corpo. Com isso, os indivíduos gradualmente aderem às propostas de transformação corpórea, impulsionado pelo mercado de cosméticos, que se propõe a solucionar os percalços cotidianos, como a textura da pele e dos cabelos,

tornando-os mais ‘aceitáveis’, inicialmente aos padrões das elites e, posteriormente, aos aspirantes a ela (elite), especialmente nas décadas de 1920 e 1930.

A publicidade da época investia no que poderia-se nomear como ‘complexo de inferioridade’ de alguns negros. As inserções de anúncios de produtos para a manipulação da aparência física eram constantes, a exemplo do ‘*cabelisador*’, que mesmo passado um ano de insistente propaganda, permanecia o seu anúncio num dos jornais da ‘imprensa negra’:

Uma invenção Maravilhosa!

“O cabelisador”

Alisa o cabelo mais crespo sem dor

Uma causa que até agora parecia impossível e que constituía o sonho dourado de milhares e milhares de pessoas, já é hoje uma realidade irrefutável. quem teria jamais imaginado que seria possível alisar o cabelo, por mais crespo que fosse, tornando-o comprido e sedoso?

Graças á maravilhosa invenção do nosso “cabelisador”, consegue-se, em conjunto com duas “Pastas Mágicas”, alisar todo e qualquer cabelo, por muito crespo que seja (*O Clarim D’Alvorada*, São Paulo, 13/5/1930 citado por Domingues, 2002, p.578).

É neste sentido que a *intelligentsia* brasileira da época acreditava que para modernizar o Brasil dever-se-ia passar por uma política cultural na qual a estética baseada em um modelo eugênico classista, eurocêntrico entraria para ditar os parâmetros a serem seguidos.

Seguindo esse raciocínio, Guimarães (1999) defende que o racismo presente no país é de “marca” e está impresso na aparência física de cada indivíduo, mas não é de origem biológica, como nos Estados Unidos. O que leva a pensar que em sociedades multirraciais, como a brasileira, na qual a hierarquização é baseada em critérios fenotípicos, conforme a aproximação ao modelo majoritário, maior é a posição social de determinado sujeito (Souza, 1983). Do mesmo modo, dentro do espectro de cores, a mulata ou o mulato são vistos como possuidores de características que os torna socialmente mais aceitáveis, sobretudo em termos de aparência física, conforme menciona Coutinho (2010):

A beleza, pelos padrões brasileiros, está sempre associada à branquitude. A ‘mulata’ [ou mulato] apresenta traços brancos que a fazem desejável sexualmente, porém ostentam a imagem de libertinagem sexual relacionada à negritude,

tornando-se assim o perfeito objeto sexual dentro do imaginário da brasilidade (p.69).

Por sua vez, reforça a ideia de um imaginário em que a beleza e a aparência física desejada estão fortemente associadas à branquitude ou ao branqueamento. Sobre as hierarquias construídas com base no fenótipo, adverte Souza (1983):

É a autoridade da estética branca quem define o belo e sua contraparte, o feio, nesta nossa sociedade brasileira classista, onde os lugares de poder e de tomada de decisão são ocupados hegemonicamente por brancos. Ela quem afirma: ‘o negro é o outro do belo’. É esta mesma autoridade quem conquista, de negros e brancos, o consenso legitimador dos padrões ideológicos que discriminam uns em detrimento de outros (p. 29).

Enfim, Souza (1983) aponta para os danos causados pela discriminação racial contra o negro, e o tipo de relação persecutória que este sujeito acaba construindo com sua aparência física:

Os esforços para curar a “ferida” vão então suceder-se numa escalada patética e dolorosamente inútil. Primeiro tenta-se metamorfosear o corpo presente, atual, de modo penoso e caricato. São os “pregadores de roupa” destinados a afilar o nariz ou os produtos químicos usados para alisar o “cabelo ruim”. Em seguida, vêm as tentativas de aniquilar, no futuro, o corpo rebelde à mutação no presente. São as uniões sexuais com o branco e a procriação do filho mulato. O filho mulato e o neto talvez branco representam uma louca vingança, suicida e homicida, contra um corpo e uma “raça” que, obstinadamente, recusam o ideal branco assumido pelo sujeito negro (p. 06).

Destarte, é a combinação de certas regras de higiene, com certas manifestações intelectuais, unidas às condições de moradia e à miscigenação de traços físicos que determinam uma série de condutas e posturas físico-morais, a serem tidas como índices de brancura. E agem como um antídoto para evitar qualquer tipo de identificação do indivíduo com a sua condição de negro (Souza, 1983).

Com base nas discussões que levantam os referidos autores, compreende-se beleza como uma construção social que se transforma conforme seu contexto de produção e reprodução. Entende-se que concepções acerca do belo e do feio serviram, em dado momento, de aporte para ideologias racistas, já que foi na estética que encontraram a tecnologia necessária para atender aos interesses de um “embelezamento da raça” (Flores,

2007). Porém, resta discutir o papel das representações sociais para a reprodução de tais concepções sobre o belo e o feio e as diferentes formas que avocam no imaginário social.

CAPÍTULO 2

“BELEZA ESTÁ NOS OLHOS DE QUEM VER”: REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DA BELEZA E FEIURA E RACISMO ESTÉTICO

Partindo de proposições levantadas por outros autores, ao afirmarem que os padrões estéticos atuais excluem a beleza negra, pois tomam como centro de suas apreciações a beleza dos modelos brancos, o objetivo deste capítulo foi demonstrar as desigualdades existentes entre brancos e não brancos quando se remete às representações sociais sobre a beleza e a feiura.

As pesquisas apresentadas nesta seção retrataram um panorama mais geral dos estudos, envolvendo a temática de interesse desta dissertação, buscando identificar as relações entre representações sociais sobre a beleza e a feiura com o racismo estético, que toma a cor da pele e traços fisionômicos como parâmetros de beleza e feiura. Adotar-se-á como pressuposto teórico e metodológico a abordagem processual da Teoria das Representações Sociais (TRS).

2.1 A Teoria das Representações Sociais

Na formulação de uma perspectiva teórica para estudar a beleza e a feiura, a teoria das representações sociais (TRS) se mostra uma abordagem promissora. Essa afirmativa se deve ao fato de que maior parte da produção encontrada, sobretudo na área da psicologia social, a utiliza como base para seus estudos. A Teoria das Representações Sociais (TRS), proposta por Serge Moscovici, tem o objetivo de explicar o modo como se conhece/constrói a realidade social, bem como este conhecimento/relação possibilita ao indivíduo dominar o mundo ao seu redor (Almeida, 2009).

A representação social (RS) pode ser entendida como um conhecimento socialmente elaborado e compartilhado, que procura dominar o meio ambiente, compreender, explicar os fatos e as ideias que povoam nosso universo de vida (Almeida & Santos, 2011). Trata-se da forma específica de conhecimento, um saber de senso comum, cujos conteúdos manifestam processos generativos e funcionais socialmente caracterizados (Jodelet, 1993). Assim, a principal diferença entre o conceito de representação social e outros conceitos é sua dinâmica e história específicas, ou seja, as representações sociais estão associadas às práticas culturais, pois reúnem em seu

arcabouço teórico, tanto o peso da história e da tradição, como a flexibilidade da realidade contemporânea (Alexandre, 2001).

Em sua proposição teórica das representações sociais, Moscovici se atém, principalmente, a descrever a maneira como se constroem as representações em uma sociedade (Almeida, 2009). Para além disso, busca dar conta de narrar à organização das representações sociais, particularmente numa perspectiva de comparação intergrupos (Deschamps & Moliner, 2009). Moscovici também traz a interação do objeto - representação- sujeito e práticas cotidianas (Cabeçinhas, 2004).

Enquanto sistemas de interpretação, as representações sociais regulam a nossa relação com os outros e orientam o nosso comportamento. As representações intervêm ainda em processos tão variados como a difusão e a assimilação de conhecimento, a construção de identidades pessoais e sociais, o comportamento intra e intergrupar, as acções [sic] de resistência e de mudança social. (Cabeçinhas, 2004, p. 126).

Deste modo, o conceito de representação social envolve uma gama de elementos, como teorias científicas, ideologias, experiências vivenciadas no cotidiano, bem como questões ligadas à Psicologia, à Psicanálise, à Comunicação e à Sociologia (Alexandre, 2001). A origem da expressão “representação social” é europeia, e remete ao conceito de representação coletiva de Émile Durkheim, por longo tempo esquecido, que Serge Moscovici retomou para desenvolver uma teoria das representações sociais no campo da Psicologia Social (Alexandre, 2001).

Assim como os cientistas buscam a cientificidade, o pensamento do senso comum procura chegar às representações sociais de fenômenos naturais e sociais (Guareschi, 2007). De tal modo, o homem se utiliza da sua faculdade da razão e da abstração do real para apreender os fenômenos naturais, a esse movimento de decodificação do desconhecido ou do estudo minucioso do objeto, damos o nome de ciência (Neves, 2007).

O senso comum também busca uma compreensão do irreal ou do não compreendido, para isso se utiliza da classificação do objeto para torná-lo real (Neves, 2007). O processo de classificação consiste em comparar, nomear e rotular um objeto irreal com um real, já os signos e a imagem têm um papel substancial nessa transição, pois é através deles que emerge a representação do objeto (Neves, 2007). Ao classificar o irreal, ocorre simultaneamente o processo de representação, ou seja, a representação é um tipo de classificação e de rotulação que fazemos de determinado objeto (Neves, 2007).

Nesta direção, Guareschi (2007) acredita que as representações sociais se situam em uma esfera dialógica, e ao atrelar esta lógica à cultura, a tradição e a linguagem, ele leva a pensar num segundo aspecto que pauta a definição de representações sociais, a (re) construção da realidade.

Diferente do que defendia Durkheim na sua teoria das representações coletivas, que eram tidas como estáveis, as representações sociais estão em constante dinâmica comunicação-representação e contribuem para que os sujeitos construam ou (re) construam a sua realidade cotidiana (Almeida & Santos, 2011). Ao demonstrar que o processo de representação social implica em transformar o não familiar em familiar, ou de um saber científico para um saber corrente, de senso comum, Moscovici, ainda na década de 1970, elaborou os conceitos de objetivação e ancoragem (Wagner, 2008; Almeida & Santos, 2011).

A objetivação torna concreto aquilo que é abstrato. Ela transforma um conceito em imagem, retirando-o de seu marco conceitual científico. Trata-se de privilegiar certas informações em detrimento de outras, simplificando-as e dissociando-as de seu contexto original de produção [...]. Já a ancoragem corresponde exatamente à incorporação ou à assimilação de um novo objeto em um sistema de categorias que são familiares e funcionais aos indivíduos e que lhes estão facilmente disponíveis na memória. A ancoragem permite integrar o objeto da representação em um sistema de valores próprios aos indivíduos, denominando-o e classificando-o em função da inserção social desses indivíduos (Almeida & Santos, 2011, p. 293).

As representações sociais atuam, muitas vezes, através do processo de difusão, na formação de estereótipos e preconceitos contra os grupos. Isto ocorre através da comunicação. A comunicação, sob o ponto de vista da representação social, é o fenômeno pelo qual uma pessoa influencia ou esclarece outra que, por sua vez, pode vir a fazer o mesmo em relação à primeira. Seus componentes básicos são: o emissor, o receptor, a mensagem, o código e o veículo (Almeida & Santos, 2011). Assim, se a comunicação se destina a influenciar o comportamento, é preciso então compreender as variáveis e os processos que determinam o comportamento e suas mudanças (Alexandre, 2001).

Nestes termos, se pode situar as seguintes funções das representações sociais: (1) a função de conhecimento, relacionada com a possibilidade dos indivíduos de compreender e explicar a realidade por meio das representações sociais; (2) função identitária, sendo de extrema relevância no que se refere aos processos de comparação

social, dentre elas situar os indivíduos e os grupos no campo social; (3) função de orientação, como saber de senso comum, as representações sociais são descritas como guias dos comportamentos e das práticas dentro de um dado contexto social; e, finalmente, a (4) função de estruturação dos conteúdos representacionais, sobretudo a informação que, para ele, corresponde aos conhecimentos que um determinado grupo possui acerca do objeto (Almeida & Santos, 2011; Chaves & Silva, 2013; Deschamps & Moliner, 2009; (Moscovici, 2001).

Atualmente no Brasil se fala em três perspectivas da TRS, por serem as mais abordadas (Almeida & Santos, 2011). A primeira iniciada por Moscovici, descreve as representações sociais como um processo social (abordagem processual) que envolve comunicação e discurso e ao longo dos quais os objetos sociais são construídos e elaborados (Almeida & Santos, 2011). No estudo das representações sociais enquanto processo, há coexistência de permanência e diversidades, que permite entender melhor o papel da contradição na elaboração das representações (Wagner, 2008). Logo que, “ao trabalharmos com o senso comum não cabe catalogar os conteúdos em busca do estável e consensual, porque eles são essencialmente heterogêneos. Não cabe também buscar estruturas lógicas subjacentes porque elas não existem” (Spink, 2008, p. 123).
Prontamente:

A diversidade e a contradição remetem ao estudo das representações sociais como processo, entendido aqui não como processamento de informação, mas como *práxis*; ou seja, tomando como ponto de partida a funcionalidade das representações sociais na orientação da ação e da comunicação. Sendo as representações sociais teorias do senso comum, segue que as técnicas de análise empregadas em seu estudo procuram, de alguma forma, desvendar a associação de idéias aí subjacentes (Spink, 2008, p. 123-124).

Difere, portanto, da abordagem proposta por Jean-Claude Abric e pela sua *Escola do Midi*. Nesta perspectiva, as representações sociais são entendidas como estruturas individuais de conhecimento, cuja análise fundamentava-se na hipótese de que os fenômenos poderiam ser explicados por meio das representações e de ações por elas autorizadas (Moscovici, 2001). As representações sociais são vistas como orientadoras do comportamento e das práticas, e como uma exteriorização do afeto, estruturas que revelam o poder de criação e de transformação da realidade social. Além disso, “intervém na definição da finalidade da situação e antecipam ou prescrevem práticas ‘obrigatórias’, na medida em que definem o que é aceitável em dado contexto social” (Almeida &

Santos, 2011, p.292). Conforme defende Moscovici (2001, p.49), “o indivíduo sofre a pressão das representações dominantes na sociedade e é nesse meio que expressa ou exprime seus sentimentos”. Nestes termos, a proposição das representações sociais como formas de conhecimento prático se dá na interface de duas forças:

De um lado temos os conteúdos que circulam em nossa sociedade e, de outro temos as forças decorrentes do próprio processo de interação social e as pressões para definir uma dada situação de forma a confirmar e a manter identidades sociais (Spink, 2008, p. 121).

Abric (1998) e seus colaboradores chegaram a tais conceitos da teoria estrutural por meio de estudo experimental, em que utilizaram o *paradigma do prisioneiro* (Wolter & Sá, s/d). O intuito era provar que as representações sociais estavam situadas entre o estímulo e a resposta dos sujeitos. No paradigma do prisioneiro, o participante era convidado a entrar em um jogo no qual ele poderia cooperar com o participante ou competir, em ambas as situações havia perdas e ganhos (Wolter & Sá, s/d).

Imediatamente na abordagem societal, liderada por Willem Doise e identificadas nos meios acadêmicos como Escola de Genebra, é evidente o interesse em vincular o individual ao coletivo (Almeida, 2009). E de buscar a articulação de explicações de *ordem individual* com explicações de *ordem societal*: “evidenciando que os processos de que os indivíduos dispõem para funcionar em sociedade são orientados por dinâmicas sociais (interacionais, posicionais ou de valores e de crenças gerais)” (Almeida & Santos, 2011, p. 295). Esta última perspectiva é menos difundida no Brasil, porém não pode ser considerada menos importante.

Neste interim, percebe-se que há campos de estudos distintos quando se fala em representações sociais, eles dizem respeito, sobretudo, a sua forma de ser estudada, que tanto se apresenta enquanto processo ou enquanto estrutura. A primeira (processual), mais tradicional; e a segunda (estrutural), que busca, na relação representação-ação, os mecanismos cognitivos e afetivos da elaboração das representações (Spink, 2008). Este campo de estudos estrutura duas posições teórico-metodológicas importantes. Uma na qual as representações emergem como uma forma de conhecimento prático, orientado para a compreensão do mundo e para a comunicação; e a outra, em que emergem como construções com caráter expressivo, a partir das elaborações dos sujeitos sociais sobre os objetos socialmente valorizados (Spink, 2008). Nos dois casos, as RS refletem as condições sociais da sua produção:

É consenso entre os pesquisadores da área que as representações sociais enquanto produtos sociais têm sempre que ser remetidas às condições sociais que as engendraram, ou seja, o contexto de produção. Vale lembrar, entretanto, que, enquanto psicólogos sociais, o contexto só nos interessa porque sem ele não poderíamos compreender as construções que dele emanam e nesse processo o transformam. É a atividade de reinterpretação contínua que emerge do processo de elaboração das representações no espaço da interação que é ao nosso ver, o real objeto do estudo das representações sociais na perspectiva psicossocial (Spink, 2008, p. 121).

Em resumo, segundo os autores mencionados, a TRS é uma teoria multidisciplinar, pois não se estrutura em apenas uma perspectiva, mas em várias. Não à toa que as possibilidades metodológicas são das mais diversas. Conforme afirmam Chaves e Silva (2013), as representações sociais também funcionam como produto e processos de uma atividade de apropriação da realidade exterior ao pensamento e da elaboração psicológica e social desta realidade. Por isso a importância de estudá-la em seu processo de construção e não necessariamente como já constituídas. Assim como Moscovici (2001) e Jodelet (1993) afirmam, as representações devem ser analisadas em relação aos processos, da dinâmica social. Nesta perspectiva, as representações sociais são abordadas, ao mesmo tempo, como produto e processo da atividade de apropriação do mundo social pelo pensamento (Jodelet, 1993).

Porém, pouco são os estudos que incluem simultaneamente conteúdos e processos representacionais, isso se deve ao fato de haverem diferenças dentro destas perspectivas com relação ao objeto de estudo (Moscovici, 2001). Se comparar os polos processuais e estruturais, se perceberá que seus objetos são distintos. Nestes termos, podemos inferir que os objetos beleza e feiura são uma consequência da representação social sobre o belo e traz as marcas deste conceito, ou seja, é socialmente produzida, difundida e transformada.

2.2 Do Belo ao Feio: Estética e Racismo – Breve Revisão

Para Vázquez (1999), o belo trata daquilo que desperta nos homens um sentimento particular designado de “emoção estética”. Prontamente, Japiassú e Marcondes (2001), defendem que o conceito de beleza pode ser traduzido como o caráter do que é belo, sendo aplicado a coisas, pessoas ou obras de arte. Mas tal sentimento seria inteiramente desinteressado, embora seja parcialmente determinado pelos hábitos e pelos

conhecimentos, uma vez que, até mesmo as emoções estéticas que se sentem diante de certos espetáculos da natureza, dependem em parte dos valores culturais do momento.

O conceito de belo vem sofrendo mudanças ao longo dos períodos, porquanto a valorização de certos atributos estéticos na significação do que era belo ou feio muda de época para época (Novaes, 2006). Logo, para falar da beleza, é necessário contextualizá-la no cenário de produção e reprodução social, que caminha na mão das transformações políticas e econômicas de toda uma sociedade (Vázquez, 1999).

Vázquez (1999) defende que, na Grécia Antiga, a beleza do homem, enquanto estatuto do belo, estava associada à força moral. De igual modo, Suenaga, Lisboa, Silva & Paula (2012) assinalam que, na antiguidade, os povos da Grécia e de Roma se destacaram pelos cuidados com a aparência. Os padrões de beleza desse período estavam ligados a duas coisas essenciais: a proporção do corpo e as características morais. Porém, é consenso entre os autores da área, que não se pode ter uma definição concreta da maneira pela qual os gregos interpretavam realmente estes conceitos de beleza e feiura (Rocha, 2011; Suenaga, Lisboa, Silva & Paula, 2012; Teixeira, 2001).

Eco (2007) alerta para a influência da Grécia Antiga nos critérios de hierarquização da beleza, adotados pelas sociedades contemporâneas. Assim, a beleza deve ser vista com cautela, uma vez que a imagem do mundo grego é, na verdade, uma construção estereotipada (Eco, 2007). Para Eco, a formação de tal pensamento se deve a idealizações criadas ainda no período Neoclássico, quando fabricaram as imagens dos deuses Afrodite e de Apolo, sob a beleza idealizada na brancura do mármore alvo.

O Neoclássico é considerado um estilo artístico ou a escola literária predominante entre os anos de 1750 e 1830. Foi o período que sucedeu o Renascimento, nele se vê uma tendência a imitar os traços da cultura grega antiga e de retomar a ideia de que a beleza estava na simetria e na proporção das formas (Rocha, 2011; Suenaga, Lisboa, Silva & Paula, 2011). No entanto, também deveria ser algo natural, um exemplo deste período eram as estátuas gregas (Flores, 2007; Vázquez, 1999).

Nestes breves apontamentos dos períodos históricos, são notórias as transformações na forma de conceber a beleza. Quanto a sua maior mudança, diz respeito aos períodos modernos e pós-modernos, quando passam do centro da reflexão humana (pregada no início dos tempos pelos filósofos) para ser um tipo de capital supervalorizado pela modernidade (Novaes, 2006; Sampaio & Ferreira, 2009). Deste modo, a beleza na atualidade se associa a fatores econômicos e relacionais (Fry, 2002; Malysse, 2002; Neto & Capone, 2007; Novaes, 2006). Prontamente, se a beleza é uma construção social,

estudar os padrões estéticos socialmente construídos e reproduzidos, poderá nos levar a compreensão de certas exclusões geradas pela imposição de parâmetros que são utilizados como “filtro”, tanto para se ver belo quanto para atribuir beleza ou feiura a outrem.

Teixeira (2001) tenta compreender as motivações para a produção e consumo da beleza humana e sua operacionalização. E chega a conclusões sobre a associação entre juventude/beleza e velhice/feiura, constantemente empregada pelos meios de comunicação. Outra associação frequente diz respeito a gordura.

Novaes (2006), que se utiliza do conceito de capital simbólico de Pierre Bourdier, conclui que a beleza nas sociedades contemporâneas virou capital; sendo via de acesso à ascensão social e permitindo adentrar em ambientes sociais e conhecer pessoas. A própria história ensina sobre o valor atribuído a beleza. Foram encontrados alguns autores que se ocuparam em explicar sobre suas novas concepções, bem como a sua supervalorização (Fry, 2002; Gomes, 2010; Malysse, 2002; Miskolci, 2006; Neto & Capone, 2007; Sampaio & Ferreira, 2009; Teixeira, 2001). Pretendeu-se trazer alguns de seus estudos que dialogam com a teoria das representações sociais.

Nesta direção, Novaes (2006) procurou, junto às mulheres frequentadoras de academias da zona sul do Rio de Janeiro, identificar a relação das participantes com os seus corpos e detecta a representação da gordura associada à feiura. Revela a tirania da estética do consumo, na qual a beleza é construída segundo alguns padrões bem determinados, ditados pelo mercado, que define a aparência da moda. E que o acesso ao mercado de trabalho para pessoas feias e, sobretudo, para as gordas, fica prejudicado por conta de uma exigência bastante conhecida da “boa aparência”.

Sobre o critério da “boa aparência” para o mercado de trabalho, os estudiosos da temática advertem que, embora não seja uma prática aberta, sabe-se da exigência de muitas empresas a determinados cargos, que lidam diretamente com a imagem e com o público (Coutinho, 2005; Paim, 2007; Paim & Pereira, 2011; Sampaio & Ferreira, 2009).

Igualmente, Ferreira e Sampaio (2009), ao discutirem a associação entre beleza, identidade e mercado, afirmam sobre os perigos que tais exigências estéticas podem gerar sobre a identidade das pessoas submetidas a sua pressão:

As repercussões geradas pelo *status* instrumental adquirido pela aparência corporal, que a eleva à posição de qualificadora ou desqualificadora de pessoas, levaram-nos a refletir como a exigência estética que permeia o dia a dia nos grandes centros urbanos influencia a construção da identidade da população submetida à sua pressão (Sampaio & Ferreira, 2009, pp. 229-230).

Ao que no seu turno, Gomes (2010) elaborou um estudo para investigar qual o significado da beleza, seu papel no mercado de trabalho brasileiro e os hábitos de consumo de um grupo de seis jovens executivas em posição de média gerência ou acima, residentes na cidade de São Paulo. Seus resultados indicam a beleza como um elemento valorizado no mercado de trabalho, influenciando na percepção da competência profissional; e que o consumo da beleza ganhou papel de destaque entre essas jovens, tanto para satisfação de desejo quanto na construção de suas autoimagens.

Paim e Pereira (2011), presumindo que a “boa aparência” como critério de acesso ao mercado de trabalho estaria associada à cor da pele e ao tipo de cabelo das possíveis candidatas às vagas, investigou o fenômeno da discriminação racial nos processos seletivos junto a estudantes do curso de secretariado executivo, na cidade de Salvador. Os resultados demonstraram a percepção de critérios étnico-raciais para a inserção profissional em Salvador. A percepção sobre a profissão de secretária variava conforme a cor da participante, assim, estudantes negras concordavam intensamente com a noção de que existe discriminação racial no mercado de trabalho, contudo, estudantes brancas não se mostraram tão convencidas sobre isso, o que induz a pensar sobre a importância dada à atratividade da aparência física em diversas esferas sociais.

Lee-Manoel, Morais, Bussab e Otta (2002), realizaram um estudo junto a 40 crianças (entre 4 a 5 anos de idade), da cidade de São Paulo, para determinar a relação entre atratividade física, indicadores sociométricos e atributos de comportamento. Foram utilizadas escalas, perguntas que inferiam sobre preferência social e uma Escala Ilustrada de Competência e Aceitação Social Percebida para Crianças (EICASP). Concluiu que o sexo não se mostrou significativo para as escolhas sociométricas em função da atratividade física, para adultos familiarizados com as crianças. Entretanto, crianças avaliadas como pouco atraentes foram alvo de um maior número de escolhas negativas e apresentaram menor índice de preferência social em comparação aos julgados como muito atraentes. Meninas que se consideravam muito bonitas recebiam menor número de atributos negativos, se comparadas às que se consideraram menos atraentes. Crianças avaliadas como muito atraentes foram julgadas como menos agressivas e mais sociáveis. O contrário foi visto em relação a crianças julgadas como pouco atraentes, tidas como menos sociáveis, mais isoladas, mais agressivas e mais perturbadoras. As autoras ainda apontam que uma das limitações do trabalho foi em relação à discussão sobre o fenômeno dos estereótipos de cor/raça/etnia dos adultos que julgaram as crianças.

Portanto, observou-se no trabalho realizado por França (2011), ao analisar os estereótipos de crianças brancas, mulatas, negras e indígenas sergipanas, que, em geral, todos os grupos de cor tinham uma visão positiva do branco, atribuindo características positivas, como por exemplo: “bonito”; “bonzinho”; “estudioso”; “querido da professora e da mãe”; “feliz”, “rico” e “inteligente”. Com relação ao estereótipo “bonito”, a autora identificou que haviam crianças negras que achavam que seu grupo também era bonito, no entanto, nenhuma criança branca achou o negro bonito.

Nestes termos, se nota que a atratividade física à mercê dos estereótipos e das representações sociais da beleza geram novas formas de exclusão e discriminação, sobretudo daqueles que não se enquadram no padrão socialmente convencional (Lee-Manoel, Morais, Bussab & Otta, 2002; Novaes, 2006; Secchi, Camargo & Bertoldo, 2009). Problematizar acerca de qual lente se enxerga a beleza ou a feiura no outro, é tarefa fundamental para compreender até que ponto as representações criadas acerca dos grupos minoritários servem como aporte para discriminações e exclusão social.

Pensando na relação possível entre estética e racismo, que Carvalho (2000) traz em seu artigo *“Racismo fenotípico e estética da segunda pele”*, o racismo também se expressa no terreno estético, colocando:

A autointitulada ‘raça branca’ se impôs nos cinco continentes e forçou os colonizados do mundo (americanos, africanos, asiáticos, povos do Oriente Médio, da Ásia Menor e oceânicos) a aceita-la como padrão de referência. E não somente a teoria racista moderna, formulada nos países ocidentais, como também a pedagogia para transformar o corpo branco ocidental em objeto de desejo universal e incontestado de referência foi produzida e imposta nas colônias dos impérios europeus (Carvalho, 2000, p.01).

Nesta direção, encontram-se alguns estudos realizados pela comunidade internacional, que apontam para a valorização e idealização da branquidão como atributo físico e o seu impacto para autoimagem. Como exemplo, o estudo realizado no Cairo, capital do Egito, na Índia e nos Estados Unidos, além da China (Dewey, 2008; Poole, 2013; Richardson, 2013; Rosa, 2014).

Na Índia, Dewey (2008) procedeu com um estudo etnográfico no interior do programa de treinamento para o *Miss Índia*. Ela fez parte da rotina diária das 26 candidatas ao concurso de beleza, em suas observações de campo, notou que um dos critérios para se inserir como candidata ao concurso era a cor da pele clara, visto que as candidatas seriam as representantes do país no concurso a nível mundial.

Poole (2013), partindo da premissa de que os discursos de beleza no Cairo contemporâneo são racializadas, examinou descrições egípcias, percepções visuais e representações de beleza como formas de fornecimento de uma visão sobre como as diferenças raciais e de gênero são construídas. Assim, identificou que a categorização egípcia de raça e cor, embora não seja abertamente discutida ou reconhecida, são expressas e articuladas em seus discursos sobre a beleza física. Não apenas isso, mas os estereótipos de desvalorização estética de pessoas de pele mais escura, coincidem com uma maior valorização da cor branca. Verifica também que, nesses discursos, os atributos físicos desejáveis operam para marcar a inclusão e a exclusão, sobretudo da categoria “negritude”, além de utilizar-se de justificativas para valorização das formas específicas de brancura.

Em seguida se discorre sobre estudos que vêm sendo realizados no campo da cognição e da sócio-cognição, que trazem a análise dos constructos beleza e feiura.

2.3 Representações Sociais, Mídia e Racismo

Atualmente, no campo de estudos das representações sociais, há produção relativa a vários tipos de exclusão decorrentes da beleza ou mesmo da falta desta (Camargo, 2013; Camargo, Goetz, Bousfield & Justo, 2011a; Justos & Camargo, 2011; Novaes, 2006; Secchi, 2006; Vilhena & Novaes, 2003). Os estudos desenvolvidos no campo das RS que trazem a beleza como tema central, tomam, muitas vezes, como objeto de pesquisa, o corpo. Parte da tradição da abordagem foi proposta por Jodelet (2001), com seu célebre estudo das Representações sociais sobre o corpo. Também é notório, nestes trabalhos, que a feiura quase sempre é negligenciada.

Camargo, Goetz, Bousfield e Justo (2011a) reuniram 235 estudantes do curso de Moda e Educação Física da Universidade de Santa Catarina, para compreender a saúde e a beleza nas ideias compartilhadas sobre o corpo. Utilizando questionários autoadministráveis, testes de evocação livre com o termo corpo e teste de satisfação corporal, chegaram a resultados que indicam que a representação social do corpo está associada à saúde e à estética (beleza). Na análise das evocações, e comparando-as ao curso do respondente, identificaram que estudantes de Moda apontavam o corpo como prioritariamente associado à beleza. Entretanto, participantes do curso de Educação Física, primeiro ligavam o corpo à saúde e ao movimento corporal. Em relação à satisfação com a autoimagem, 28% estavam insatisfeitos com aparência e 63% se diziam satisfeitos.

Bôas (2012) reuniu 120 universitários dos cursos de Educação Física, Artes e Exatas da Universidade Federal de Santa Catarina, a fim de identificar as representações sociais da beleza para homens e mulheres com diferentes formações acadêmicas. Utilizou um questionário autoadministrável, contendo os termos indutores: “beleza masculina”, “beleza feminina” e “cirurgia estética”. Os seus resultados sugerem não haver diferenças significativas entre homens e mulheres diante dos termos indutores beleza masculina, beleza feminina e cirurgia estética. As representações do objeto beleza masculina foram associadas a termos, tais inteligência e beleza. Já as representações compartilhadas sobre beleza feminina, associam-na à inteligência, corpo e bonita, mostrando que tais objetos são compartilhados tanto por homens quanto pelas mulheres.

Rosa (2014) também realizou um estudo comparativo com 948 estudantes dos cursos de Artes, Tecnologia da Informática e Esportes, em três países da Europa, no Brasil e na China, com o intuito de investigar as representações sociais da beleza e da cirurgia estética, em diferentes contextos culturais. Chegou a resultados que indicam diferenças nos posicionamentos sobre a cirurgia estética e sobre a beleza, conforme o sistema cultural no qual o participante estava inserido.

Schlösser (2014), em seu estudo, investigou a influência das representações sociais da beleza física no estabelecimento de relacionamentos amorosos e de amizade, para modelos fotográficos e não modelos. Junto a 120 participantes, pareados em homens e mulheres, sendo 60 deles modelos fotográficos e os demais estudantes de cursos de Ciências Exatas e Tecnológicas, e utilizando questionário on-line autoadministrável, identificou a beleza física com papel central no estabelecimento de relacionamentos amorosos, e papel periférico no estabelecimento de amizades. A influência da comunicação de massa nas representações sociais sobre a beleza tende a influenciar visões de mundo e práticas grupais, o que ficou evidenciado mediante as respostas dos participantes e também em suas fontes de informação sobre a beleza física. Deste modo, cabe analisar o papel da mídia na difusão de representações sociais acerca da beleza.

A mídia tornou-se o caminho privilegiado na divulgação e capitalização do culto ao corpo (Dantas, 2011), de uma forma geral, e da imposição dos padrões estéticos brancos, de forma específica (Martins, 2009). Tendo a mídia como propagadora de ideias relativas aos cuidados com a aparência, a ideia do culto ao corpo pode ser traduzida como o possível instrumento de adequação a valores idealizados, ligados à estética, ao comportamento e o meio de nos conduzir a tão desejada felicidade (Dantas, 2011).

Para Sentilles e Calahan (2012), é através da imagem corporal que os seres humanos tornam-se não só autoconscientes, como também adquirem uma consciência social. Com o surgimento dos meios de comunicação no século XX, a ênfase no corpo se afastou de caráter interior e de serviço para a sociedade. O corpo de produtor passou a ser produto da indústria cultural (Sampaio & Ferreira, 2009).

Para Jodelet (1989), percussora dos estudos sobre representações sociais sobre o corpo, a comunicação tem um papel fundamental nas trocas e interações que contribuem para a instituição de um universo consensual. Afirma ainda que se deve remeter aos fenômenos de influência e de pertencimento sociais decisivos na elaboração dos sistemas intelectuais e de suas formas. Sobre o papel da comunicação é examinada em três níveis:

[...] 1) No nível da emergência das representações onde as condições afetam os aspectos cognitivos. Entre essas condições se destacam: a dispersão e a distorção das informações concernentes ao objeto representado e que são desigualmente acessíveis segundo os grupos; a focalização em certos aspectos do objeto em função dos interesses e da implicação dos sujeitos; a pressão à inferência devida à necessidade de agir, tomar posição ou obter o reconhecimento ou adesão de outros. Da mesma maneira, os elementos que vão diferenciar o pensamento natural em suas operações, sua lógica e seu estilo. 2) No nível dos processos de formação das representações, a objetivação e a ancoragem consideram a interdependência entre a atividade cognitiva e suas condições sociais de exercício, nos planos do agenciamento dos conteúdos, das significações e da utilidade que lhes são conferidas. 3) No nível das dimensões das representações que têm influência na edificação das condutas: opinião, atitude, estereótipo, sobre os quais intervêm os sistemas de comunicação mediática. Estes, segundo os efeitos pesquisados sobre a audiência, apresentam propriedades estruturais diferentes correspondentes à difusão, à propagação e à propaganda. A difusão é relacionada com a formação das opiniões, a propagação com as atitudes e a propaganda com os estereótipos (Jodelet, 1989, p.12).

Nesta direção, Goetz (2008) vai investigar as representações sociais do corpo veiculadas pela mídia impressa em revistas de circulação nacional. Por meio de pesquisa documental de caráter exploratório-descritiva, na qual foram contemplados todos os números das revistas Boa Forma, Estilo e Saúde entre 2005 e 2006. Os seus resultados indicam que as representações sociais do corpo nessas revistas contemplam dois principais aspectos: o primeiro, eminentemente físico, relativo à estética e à saúde

corporal; e o segundo, mais subjetivo, representa o corpo como uma unidade físico-psíquica, prioriza o equilíbrio e o bem-estar para se alcançar uma vida mais saudável.

Na mesma direção, Secchi, Camargo e Bertoldo (2009) realizaram um estudo junto a 278 estudantes de graduação, do sexo feminino, das cidades de Lages e Florianópolis, em Santa Catarina. Para caracterizar as representações sociais de corpo de estudantes universitárias e relacioná-las às suas imagens corporais. Utilizando-se de questionário aplicado em situação coletiva, que inferia sobre o corpo, percepção da imagem corporal e posicionamentos frente à cirurgia estética. Os resultados revelaram que as participantes mostraram-se, em geral, insatisfeitas em relação à percepção da imagem corporal e favoráveis à realização das cirurgias estéticas. Esses resultados são vistos como decorrentes da crescente atenção dada aos padrões de beleza na mídia, que gera, como um de seus efeitos, a insatisfação com o próprio corpo.

Justo (2011) também buscou compreender o papel do contexto de inserção na produção de representações sociais sobre o corpo, considerando como contexto, ideias e propagandas sobre a saúde e beleza. Valendo-se de pesquisa com delineamento quase experimental, da qual participaram 79 pessoas, pareados entre jovens e adultos, homens e mulheres. Seus resultados indicam que, no contexto de beleza, trata-se o corpo como objeto social, com poder de comunicação e que é influenciado pela mídia e pela sociedade, sujeito a padrões estéticos, sendo esta representação identificada em ambos os grupos geracionais.

Dantas (2011), ao refletir sobre o culto ao corpo na atualidade, ressalta a intrínseca relação entre tecnologia, saúde e beleza. Chega a considerações sobre a inserção da tecnologia nos nossos dias, o que fez com que a estética e a construção do corpo mudassem radicalmente. Por seu turno, colocou cada indivíduo como o responsável por construir o seu corpo ao molde das normas sociais estéticas. Logo, os meios de comunicação (manuais de autoajuda, as revistas especializadas e a publicidade em geral), levam os indivíduos a acreditarem que toda e qualquer imperfeição é fruto do desleixo com o próprio corpo. E conclui que as representações sociais do corpo e de sua forma aparecem como elementos reforçadores de autoestima e, conseqüentemente, a aparência de um corpo bem definido revelam o poder de exaltação deste, que vem sendo assumido na contemporaneidade.

Neste sentido, com o intuito de investigar os efeitos do contexto interacional nas representações sociais sobre o corpo e o papel da comunicação na produção de diferentes RS, Camargo, Justo, Alves e Schlösser (2013) realizaram grupos focais, obtendo

resultados que revelam que a existência de pressões no grupo levava os participantes a responderem de acordo com o que percebiam ser desejável socialmente. No contexto beleza, a ideia de corpo está ancorada na interação do indivíduo com o mundo; na forma como ele se apresenta aos demais, mas também naquilo que ele pode adquirir do mundo a partir o seu corpo.

Pode-se afirmar que os meios de comunicação com suas imagens publicitárias projetam modelos a serem seguidos: estilo, moda, sexualidade e comportamento social (Lopes & Sant’Ana, 2014). Desta forma, “levam à identificação com certas identidades e sua imitação, enquanto se evitam outras” (Kellner, 2001, p. 330 citado por Lopes & Sant’Ana, 2014). E isto torna-se uma problemática, se considerar que, na história das mídias audiovisuais, há a persistência da branquitude como padrão estético e o desejo de branqueamento da nação, ideário que já estava consolidado desde o século XIX (Araújo, 2006; Araújo, 2010; Silva, Santos & Rocha, 2010).

2.3.1 Mídia Televisiva e Racismo Estético

Do legado do branqueamento estético derivou um período longo no qual a emissão imagética brasileira supervalorizou o *American way of life* (estilo de vida americano), branco, com a penetração maciça de filmes, técnicas e logística importadas do “outro”, do americano branco (Lopes & Sant’Ana, 2014). Deste modo, conforme evidencia Alexandre (2001), é preciso salientar o papel que a mídia exerce ao difundir representações sociais sobre as minorias, principalmente quais as imagens que a televisão tem veiculado sobre os não brancos. E o que vemos por meio de estudos desenvolvidos pela comunidade internacional é que esta realidade atravessa o Atlântico e se estende para os demais países, além do Brasil (Dewey, 2008; Richardson, 2013; Sengupta, 2008).

Ainda, em estudo realizado por Poran (2006) revela como 15 mulheres estudantes universitárias americanas, pensavam sobre seus corpos, através de discussões levantadas em grupo. Os seus resultados contrários às teorias do senso comum, de que estas seriam mais confiantes em relação aos seus corpos pois estariam protegidas de representações negativas por uma ‘Cultura Negra’. Entretanto seus discursos revelam: (1) as mulheres negras jovens sentem as pressões para serem magra, (2) as pressões das preferências dos homens de diversas etnias; (3) concorrência com outras mulheres negras no reino da beleza e; (4) uma forte sensação de estar sendo mal representada por imagens da mídia de mulheres pretas com traços finos. O que evidencia que problemas de imagem corporal são preocupação reais para mulheres negras jovens.

Sengupta (2008), em estudo desenvolvido a partir de publicações de revistas de moda americanas voltadas para o público adolescente, compara como mulheres brancas, pretas e do Leste Asiático eram retratadas. Identifica uma correlação positiva entre raça e o tipo de produto que era divulgado pelas respectivas modelos (mulheres negras eram vistas em anúncio de roupas e garotas do Leste Asiático em propagandas de tecnologia). Assim como a persistência de estereótipos mais antigos, que associam a mulher branca ao padrão de beleza ideal e a mulher preta a hipersexual, além do desenvolvimento de novos estereótipos, como a mulher asiática oriental tecnologicamente experiente.

Nesta direção, Richardson (2013) investigou junto a um grupo de 25 mulheres afro-americanas, o impacto da comunicação televisiva na autopercepção da imagem estética da mulher negra. Os seus resultados indicam que além do reconhecimento de que a mídia impacta negativamente o seu grupo, por forjar identidades raciais e de gênero problemáticas e negativas, o estudo revelou as complexidades relacionadas à forma como as mulheres afro-americanas lidam e respondem aos meios de comunicação. Todas elas viram a mídia como uma poderosa fonte para a divulgação e aplicação da definição de beleza e identidade feminina preta.

No Brasil, Silva e Rosemberg (2008) discutem a presença negra na mídia televisiva, enfocando os estereótipos de “pais joãos” e “mães pretas”). O “Pai João” (ou Tom) é uma imagem retirada do romance norte-americano *Uncle Tom's Cabin*, de Harriet Beecher Stowe, retratado diversas vezes no cinema e adaptado para a TV brasileira na novela *A Cabana do Pai Tomás*. O “Pai João” representa o estereótipo do “negro de alma branca” (no qual o ator negro é pintado de branco), serviçal digno e sábio. Silva e Rosemberg ainda elencam peculiaridades da mídia brasileira em relação ao negro:

... a) a sub-representação do negro nos diversos meios é tônica. b) o silenciamento das mídias sobre as desigualdades raciais é constante. O silêncio exerce um duplo papel: o de negar os processos de discriminação racial, buscando ocultar a racialização das relações sociais, ao mesmo tempo em que opõe uma homogeneidade cultural ao “brasileiro.” (Silva & Rosemberg, 2008, p. 82)

Se a mídia em geral silencia quando trata dos processos de discriminação racial, por outro, propagam estereótipos. Neste sentido que Coutinho (2010) investiga sobre a identidade da mulher negra na televisão brasileira, no qual a autora analisa o seriado *Antônia*, composto por atrizes negras moradoras de uma comunidade do Rio de Janeiro. Percebe a permanência de formas de representar o negro comum nos meios televisivos, como exemplo o “negro revoltado”, violento e cruel ao expor tal raça em maior número

nos noticiários policiais. Outra representação assiduamente utilizada é a do “jagunço”, negro e perigoso, bem como o do “fiel guarda costas”, é normalmente representado por atores grandes e fortes”. E a mulher negra, com frequência, nas novelas é destinada o papel de “empregadinha”, subserviente e risonha. Assim mesmo, observa-se o crescimento do número de atores negros na televisão, devendo haver ainda a preocupação com o conteúdo divulgado.

Outro estudo sobre a presença negra na televisão foi realizado no Paraná, por Silva, Santos e Rocha (2008), no qual analisaram o espaço ocupado por personagens negros e brancos nos telejornais do estado. Além de identificarem que a taxa de branquidade é de 12,75 personagens para cada negro, principalmente uma hegemonia de personagens brancos e adultos representando relações familiares e também participando de forma individual, ao que, por seu turno, o mesmo não ocorria com os personagens negros, em particular a mulher negra, que representaram apenas 6,8% do total da amostra de personalidades, enquanto que figuras brancas somavam 87% do todo.

Em contraponto, no mesmo ano, Silva e Rosemberg (2008) apontam o discurso racial sutil por trás da maior exposição dos negros nos meios de comunicação:

Ao longo das três últimas décadas, as pesquisas relatam modificações nos discursos sobre negros, porém são mudanças tênues que indicam avanço limitado no trato das questões raciais. Uma observação sistemática, como veremos adiante, é o aumento da representação de negros em diferentes meios (propaganda, TV, literatura infantil, livro didático etc.), permanecendo, porém, sempre em patamares inferiores aos dos brancos (Silva & Rosemberg, 2008, p. 83).

Em outras palavras, os autores mencionados alertam para a ilusão de que o fato de haverem mais negros representados nos meios de comunicação do que em tempos anteriores não significa, necessariamente, que a mídia abandonou por completo o discurso racista. Ainda, é preciso chamar a atenção para recorrente utilização de estereótipos, também no setor publicitário.

Destarte, os discursos sobre as relações raciais na televisão não são muitos, mas é preciso dizer que há considerável aumento das análises que advertem que os discursos propagado pela mídia privilegiam o branco e discriminam os não brancos, de modo que, em termos de impacto, a exposição a este tipo de discurso imagético já se tem discutido sobre seus efeitos na percepção social da discriminação racial, porquanto repetem-se os estereótipos do negro ligado de modo unívoco ao futebol, carnaval, samba e noticiários policiais (Silva, Santos & Rocha, 2010).

Ramos e Filho (2012), analisando imagens de uma das edições da revista *Rolling Stone* e da campanha *Começar de novo*, do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), lançada em 2010, chegam à conclusão de que a mídia além de propagar a branquitude, também perpetua a imagem da mulher negra como um objeto de consumo sexual, uma vez que tem seu corpo associado à sensualidade e lascívia. Além disso, identificam associação da criminalidade com a cor negra e a ressocialização com a cor clara, numa das publicidades aparece uma figura que ilustra um modelo pardo cuja a face é dividida em duas partes: uma iluminada e a outra sem iluminação, com os dizeres “volta ao crime” e “trabalho”. Os autores concluem que as propagandas não possuíam apenas o objetivo de venda de determinados produtos, mas serviam para veiculação e perpetuação do racismo na sociedade.

Com base no pressuposto de que a publicidade não se destinaria apenas à venda de determinados produtos, que Martins (2009) empreendeu uma análise de 60 exemplares da revista semanal *Veja*, distribuída entre os anos de 1985 a 2005, nos quais foram encontrados 1158 anúncios com presença de figura humana. Destes, apenas 7% continham um ou mais negros. E com relação ao número de atores, os números são menores ainda, dos 3186 quantificados, somente 5% eram negros. Com relação aos atores negros, o pesquisador destaca que, mesmo com a queda de 9% no ano 2000 para 7% em 2005, o avanço foi bastante significativo se levar em conta que em 1985 o número de atores negros não passou de 1%, e em 1995 já era de 5%. O que revela um cenário no qual houve, sim, um aumento de negros na publicidade, tanto em números absolutos como em números relativos, porém ainda muito aquém de um percentual que se aproxime da realidade sócio racial brasileira. Mas qual a parcela da mídia televisiva nesta propagação de representações e imagens sobre os não brancos?

A televisão é um meio de comunicação presente em cerca de 74% dos domicílios brasileiros, isso só até o ano de 2001 (D’Adesky, 2001). Desse modo, a televisão é o meio de comunicação com maior investimento publicitário nos anos de 2007 e em 2008, o equivalente a R\$ 29.837.983 (51%) (Ushinohama, Affini & Betti, 2009). Isso faz com que a disputa seja cada vez maior entre as emissoras brasileiras de televisão, por fatias do mercado publicitário, o que vai influenciar diretamente na programação e no que será exposto, para quem irá ser destinada e o tipo de retorno pretendido, ou seja, mais investimentos em publicidade.

Alguns pesquisadores já têm se empenhado em investigar o que tais números já demonstram, que a televisão ainda é um dos principais meios de informação,

entretenimento, mas também pode ser um espaço de imposição de normas e de modos de interpretar a realidade. E por que não de ditar parâmetros para o belo e o feio?

Chaves (2008) analisa a presença do negro na mídia brasileira. Utilizando-se de trabalhos publicados sobre o tema e de pesquisa em agências de moda da cidade de Brasília, identificou a ausência de artistas negros no setor televisivo local. Entretanto, este fenômeno não se restringiu apenas às telenovelas, incluía também a baixa representatividade em outros setores da mídia. Suas análises enfatizam a baixa presença negra nas agências de moda da cidade de Brasília. Dados coletados pela autora do Instituto Brasileiro Geográfico e Estatístico (IBGE) indicavam um total de 180 milhões de habitantes no Brasil, desses 97 milhões se autodeclararam negros (pretos ou pardos). O Distrito Federal corresponde 2,3 milhões de habitantes, dentre estes 55% são negros. Contudo, os modelos negros das agências perfazem apenas 10% a 15% do quantitativo do total de seu *casting*.

Tais desigualdades estéticas na mídia já foram apontadas no estudo de Araújo (2006), quando discute a representação de atores negros na telenovela brasileira. E aponta que, embora celebrada, a mestiçagem não é discutida em nenhum dos folhetins analisados pelo autor, e que na telenovela a melhor oportunidade dada para o mestiço é na representação de ‘povão’, ainda fala de uma hierarquia, na qual quanto mais traços negroides, maior exposição aos ataques de estereótipos, e cita o exemplo da atriz Dira Paes que, por ter traços indígenas, tem pouco espaço na TV. Contesta, ainda, que embora o carnaval celebre a mestiçagem, com tudo que ela traz para a imagem do país, na telenovela ela não encontra ensejo.

Confirma o que Silva, Santos e Rocha (2010) observaram em seu estudo, que nas imagens produzidas pela mídia televisiva havia aspectos específicos de hierarquização entre brancos e não brancos, e que eles qualificaram de discurso racista. Observam, também, que apesar da promoção oficial do mestiço, a valorização se dá através da aproximação de sua aparência com características mais nórdicas e a intrínseca relação entre com qualidades e valores mais positivos, dentre elas a beleza. Mas esta valorização se dá em oposição às demais estéticas negra e indígena.

Em suma, o que se pode afirmar com base nas discussões levantadas é que a beleza, ao ser ancorada na aparência física, pode levar a impressões iniciais sobre os indivíduos alvo de tais avaliações; desencadeando e, ao mesmo tempo, sendo desencadeada por processos de estereotipia e preconceito. A beleza, nos tempos atuais, é tomada como capital simbólico, pois confere, ao seu detentor, poder nas relações sociais

(Novaes, 2006; Secchi, Camargo & Bertoldo, 2009). Tendo a mídia como a sua principal propagadora, já que cada vez mais se faz presente no dia-a-dia das famílias e com o passar dos anos vem se constituindo como um agente socializador (França, 2013). Percebe-se que as desigualdades impressas na sociedade e veiculadas pela mídia reforça ainda mais os estereótipos sobre a posição social de brancos e não-brancos. De tal modo, como já foi dito sobre a beleza estar “nos olhos de quem vê”, parafraseando Dewey, pode-se afirmar que, ao menos no Brasil, alguns têm mais poder de se ver do que outros (Dewey, 2008).

Por fim, quando foram abordadas as representações sobre a beleza e a feiura nas preferências estéticas de diferentes etnias, pretendeu-se colaborar para a compreensão das ações ou práticas sociais autorizadas por essas representações. E das quais a imposição de modelos de ser e estar são tributárias. Desse modo, o presente trabalho se utiliza das contribuições da Teoria das Representações Sociais, com o intuito de identificar quais são as representações sociais sobre a beleza e a feiura para os diferentes grupos de cor de pele, a partir de celebridades brasileiras expostas na mídia televisiva e qual a relação dessas representações com o branqueamento e o racismo.

CAPÍTULO 3

ESTUDO I: REPRESENTAÇÕES SOCIAIS SOBRE A BELEZA E A FEIURA NO BRASIL

Trata-se de um estudo exploratório e descritivo que procurou, através de celebridades expostas na mídia, investigar os padrões de beleza e feiura vigentes na sociedade brasileira, onde a constituição do povo é plurirracial. Um questionário on-line, inferindo sobre beleza e feiura de protótipos expostos na mídia televisiva do Brasil, foi utilizado para acessar as representações. As hipóteses foram formuladas com base nas discussões apresentadas nos capítulos anteriores.

3.1 Objetivos

a) Geral:

Investigar as representações sociais sobre a beleza e a feiura para brasileiros de diferentes grupos de cor da pele, a partir de celebridades expostas na mídia televisiva brasileira.

b) Específicos:

- Verificar a influência da cor da pele na escolha de modelo de beleza e feiura de participantes de diferentes grupos de cor da pele;
- Investigar a influência da cor da pele nas representações sociais sobre a beleza e a feiura de participantes de diferentes grupos de cor da pele;
- Verificar a possível influência das representações sociais sobre a beleza e a feiura na autoimagem de participantes de diferentes grupos de cor da pele.

3.2 Método

3.2.1 Participantes

O perfil amostral está distribuído entre participantes brancos 47%, Pardos 35% e Pretos 17,8%; residentes nas regiões Norte 4,3%, Nordeste 44,7%, Sul 9,0%, Sudeste 33% e Centro-Oeste 7%; com nível de escolaridade médio 12% e superior 87%; e média de idade de 25 anos (DP= 8 anos e 5 meses).

No total foram 562 pessoas que submeteram o questionário, destes 494 compuseram o banco de dados final. Houve exclusão da base de dados final dos participantes que: (a) deixaram de mencionar o nome da celebridade escolhida e deixou de responder à pergunta sobre características físicas do modelo escolhido por elas; (b) submeteram questionários sem respostas as perguntas abertas; (c) participantes que se autodeclararam indígenas ou amarelos também foram excluídos do banco de dados final, devido baixa representatividade de suas respostas.

Entre os estados apenas não houve participantes do Amazonas, Amapá e Rondônia. A amostragem foi não probabilística, por conveniência e complementada com a técnica da bola-de-neve. Os parâmetros éticos para a pesquisa com seres humanos foram adotados.

3.2.2 Instrumentos

Para a construção do instrumento utilizado para a coleta de dados, do estudo principal, elaborou-se um questionário do tipo on-line (apêndice C). O instrumento foi composto por 14 itens e subdividia-se em seis partes. Além de questões referentes a dados sociodemográficos, o questionário continha: (1) perguntas sobre celebridades midiáticas percebidas como bonitas pelo participante; (2) perguntas sobre celebridades midiáticas percebidas como feias pelo participante; (3) indicador da representação social da beleza masculina e feminina, por meio das perguntas: “Quais as CARACTERÍSTICAS FÍSICAS deste artista que o torna bonito? Por favor, seja o mais detalhista possível”; e quais as CARACTERÍSTICAS FÍSICAS desta artista que a torna bonita? Por favor, seja o mais detalhista possível; (4) indicador da representação social da feiura masculina e feminina, pelas perguntas: “Quais as CARACTERÍSTICAS FÍSICAS deste artista que o torna feio? Por favor, seja o mais detalhista possível” e “Quais as CARACTERÍSTICAS FÍSICAS desta artista que a torna feia? Por favor, seja o mais detalhista possível”; (5) escalas que inferiam sobre a autopercepção da aparência física. Optou-se por uma questão de escolha forçada com alternativas correspondentes a: muito bonito, significando o ponto máximo, e nada bonito, significando o ponto mínimo de escolha; com a opção de não responder à questão. As variáveis em questão são: as representações sociais sobre a beleza e a feiura; a cor da pele autodeclarada dos participantes; a cor da pele das celebridades mencionadas; a avaliação de beleza dos participantes.

3.2.3 Procedimentos de Coleta dos Dados

A coleta de dados ocorreu entre os meses de novembro a dezembro de 2013 e teve como ambiente de coleta de dados a rede social *Facebook*. Conforme mencionado no tópico que abordou a composição do instrumento, ao final de sua elaboração foi gerado um endereço de link que possibilita a sua distribuição. A coleta dos dados pôde ser acompanhada através de uma conta que a pesquisadora possui. Optou-se, então, por compartilhar o link na rede social *Facebook*, na qual a pesquisadora tem um perfil cadastrado. O Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) (apêndice B) foi apresentado aos participantes deste estudo, onde constavam esclarecimentos sobre as particularidades do estudo e a ausência de riscos para a saúde ou bem estar dos mesmos. Nestes termos, o critério seleção dos participantes foi o de aceitar colaborar voluntariamente com o estudo.

A distribuição dos questionários foi favorecida pela adesão da pesquisadora a grupos de debates e de interesses diversos, havendo maior adesão nos grupos de universidades públicas. No total foram 366 grupos, de segmentos sociais diversos. Os grupos, de modo geral, abrangiam interesses tais de: compra e venda de produtos pela rede (Brechós; Anúncios); movimentos sociais (Movimento Negro Unificado, Movimento Gay em geral); Universidades Federais e Estaduais (Unb; Uneb; USP; UFPB; UFG; UFES); militância política (partidos políticos em geral); assuntos voltados à estética negra (Cabelos Crespos e Cacheados; Maquiagens para negras e morenas). Fazia-se a solicitação para o respectivo grupo, e após integrá-lo, lançava-se o convite no mural, solicitando a participação de seus membros na pesquisa por meio de um breve texto de apresentação (apêndice A). Cabe ressaltar que no próprio convite estava anexado o link que direcionava o participante ao instrumento de pesquisa e informações acerca do consentimento livre e esclarecido. Uma vez tendo aceitado participar do estudo, solicitava-se o repasse do convite de pesquisa para outros colegas brasileiros que também pudessem se interessar em colaborar.

3.2.4 Estudo Para a Classificação Cor da Pele das Celebidades

Como no Brasil há considerável grau de miscigenação (Guimarães, 1999), a questão da cor da pele se mostrou extremamente complexa. Como não se podia arbitrar sobre essa questão, optou-se por solicitar a pessoas (juízes) que julgassem a cor da pele das celebridades.

3.2.4.1 Participantes

Participaram 60 pessoas (juízes) de nível universitário, sendo 63% (n=38) do sexo feminino, com idades entre 21-64 anos ($M = 30$ anos e $DP = 9$ anos, 8 meses), que se consideraram brancas 19%, pretas 28% e pardas 53%, residentes na cidade de Aracaju- Se.

3.2.4.2 Instrumentos e Procedimentos

Aos participantes foi apresentado um questionário on-line (apêndice D, E, F e G), contendo fotos e uma escala de cor da pele, segundo os critérios do IBGE (branca, preta, parda). Os critérios para a inclusão das celebridades no questionário foi ter frequência igual ou superior a três. Os participantes foram distribuídos de modo aleatório em quatro grupos de 15 componentes, pediu-se a elas que julgassem a cor das celebridades elencadas no estudo I. Optou-se por categorizar as celebridades de acordo com a classificação predominante no conjunto dos quinze julgamentos. Porém algumas celebridades geraram mais dúvidas entre os juízes (como a exemplo da modelo Adriana Lima e a cantora Tati-Quebra-Barraco) Assim, solicitou-se uma terceira pessoa que julgasse a cor daquela celebridade entre as duas em que houve impasse dos demais juízes. A terceira opinião trata-se de uma mulher, autodeclarada branca, de 35 anos de idade, formada em psicologia e residente na cidade de Aracaju- Sergipe. Logo após concluir este estudo realizou-se a análise dos dados do Estudo I.

3.2.5 Análises dos Dados

Para as respostas fechadas ao questionário foram empregadas análises estatísticas descritivas por meio do *software* de análises estatísticas de matrizes de dados *SPSS*, observando-se frequências das variáveis estruturantes (cor da pele dos participantes, região, faixa etária, escolaridade e modelo escolhido), médias e desvio padrão. Testes de qui-quadrado foram empregados para inferir comparações com relação ao modelo escolhido e a cor da pele autodeclarada pelo participante.

Para as análises das questões abertas contou-se com o auxílio do *software Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires* (IRAMUTEQ). Trata-se de um programa de análise de dados textuais que se utiliza de repetidos testes do qui-quadrado (Lahlou, 2012; Ratinaud & Marchand, 2012). Foi desenvolvido por Pierre Ratinaud e licenciado por GNU GPL (v2), é de acesso gratuito.

Os procedimentos de análise se baseiam no que defendem Camargo e Justo (2013), que “para realizar a análise o primeiro passo é configurar o *corpus* a ser analisado” (Camargo & Justo, 2013, p. 06). Logo, antes de processar objetivamente a análise, foi necessário realizar a preparação do material a ser submetido à análise. A preparação do corpus trata-se de algo semelhante com o procedimento descrito por Bauer (2011). Envolve classificação do material, pois é preciso codificar as variáveis que identificam o material a ser analisado.

Neste estudo se obteve um total de quatro corpora, referentes às respostas das questões indutoras de representações sociais. Logo após efetuar a revisão do *corpus*, se elaborou as linhas de comando. Estas linhas são códigos elaborados pelo próprio pesquisador para identificar a suas variáveis. No caso do presente estudo, se identifica no Exemplo 1:

Exemplo 1.

```
**** *suj_001 *reg_1 *esc_1 *age_1 *mod_1
```

Esta linha indica que o material textual que a segue (neste caso, respostas ao questionário “Beleza Brasileira”) refere-se ao sujeito nº 001, residente na região nordeste (1=nordeste; 2=sudeste; 3= centro-oeste; 4=norte e; 5=sul), com escolaridade fundamental (1=fundamental; 2=médio e; 3=superior), com faixa etária entre 13-20 anos (1=18-anos; 2=21-30 anos; 3=31-40 anos; 4= 41-50 anos e; 5=50 anos acima), cujo modelo (artista escolhido) tinha cor da pele branca (1=modelos de cor da pele branca; 2= modelos de cor da pele parda e; 3=modelos de cor da pele preta).

O programa dispõe de uma série de pacotes que visam à análise textual, especificamente utilizou-se para as questões abertas a análise dos léxicos da palavra. Este tipo de análise é realizado através de repetidos testes de qui-quadrado, visando obter classes de segmentos de texto que, ao mesmo tempo em que possuam vocabulário semelhante dentro delas, se distinguem das demais classes (Camargo & Justo, 2013). O objetivo é atribuir a cada classe um dicionário característico. Depois de efetuadas as respectivas análises, o programa dispõe as classes em um dendograma (árvore). Cada classe composta por vários segmentos de texto em função da distribuição dos vocabulários, que podem ser interpretados com base na teoria das representações sociais como indicativo de teorias do conhecimento de senso comum, ou imagens sobre um respectivo objeto (Camargo & Justo, 2013). As palavras formam o seu conteúdo com o

respectivo χ^2 (valor do teste *Pearson* na análise do qui-quadrado), que indica o grau de força da palavra na classe. E o dendograma que se forma deve ser lido da esquerda para a direita.

3.3 Resultados

Optou-se por apresentar os resultados do estudo de validação da cor da pele seguidos dos resultados para beleza e feiura masculina, logo após os resultados sobre a beleza e feiura feminina e o conteúdo dessas representações de acordo com a amostra investigada. Por fim, os resultados sobre a autoimagem dos participantes da pesquisa e cuidados com a aparência física.

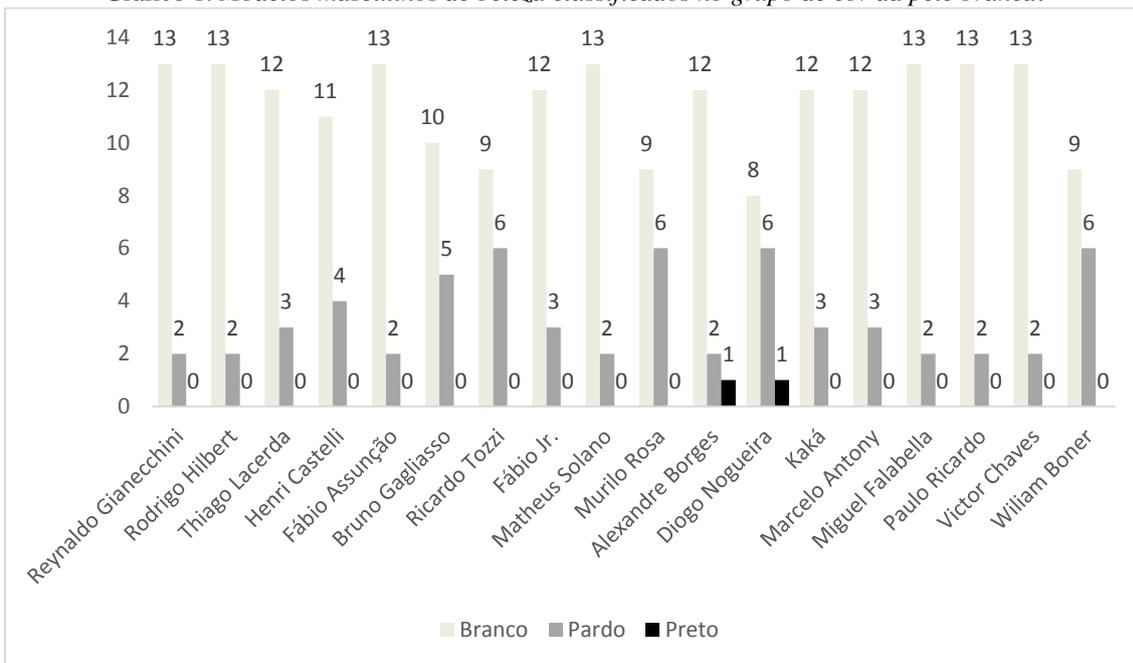
3.3.1 Estudo para a Classificação da Cor da Pele das Celebidades

Após a etapa da coleta dos dados e por meio do sumário com as respostas ao questionário “Qual é a Cor?”, elaborou-se os gráficos de um a doze, separados conforme a ordem de apresentação deste tópico de resultados. Assim se dividiu em modelos masculinos e femininos. Nestes gráficos contêm os nomes das celebridades referidas pelos participantes do estudo, com seus respectivos grupos de cor da pele. O critério para a classificação foi o da cor que mais recebeu votos dentre os quinze juízes. Estas celebridades estão sendo referidas neste trabalho pelo termo “modelo”. Ao final, 83 celebridades foram consideradas brancas, 22 pretas e 57 pardas.

3.3.1.1 Modelos Masculinos de Beleza

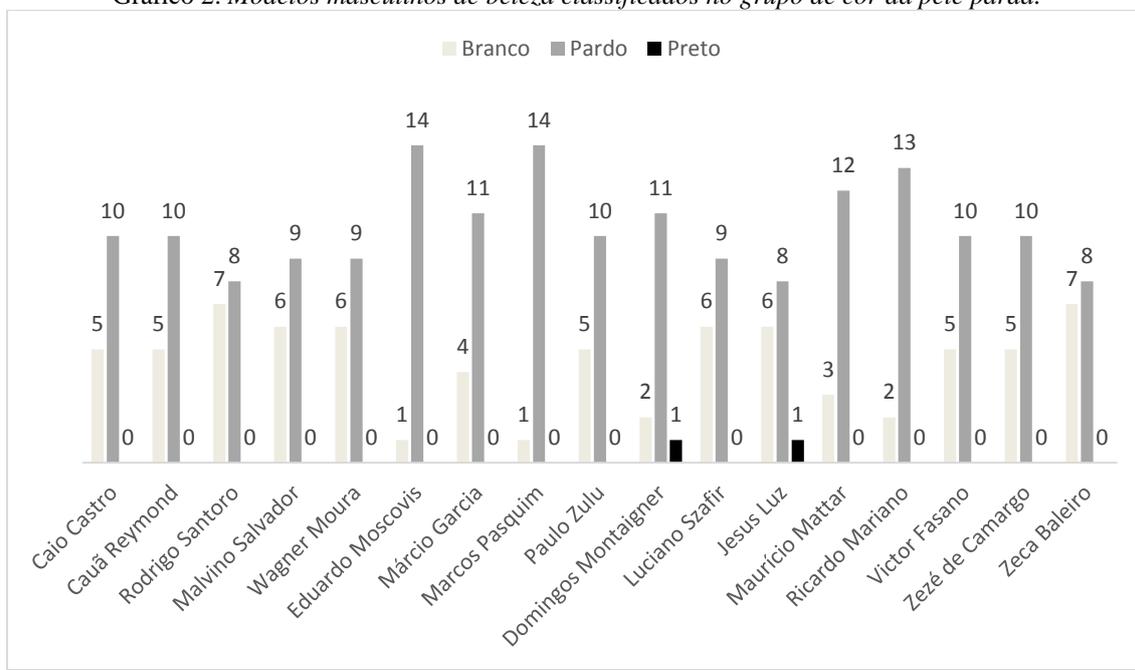
Nos gráficos 1, 2 e 3 contêm o julgamento da cor da pele das celebridades aferidas pelos juízes. No gráfico 1, há o nome dos artistas classificados durante o estudo como brancos. Observa-se que a cor do ator Alexandre Borges e do cantor Diogo Nogueira obtiveram maior variação de respostas (ver gráfico 1).

Gráfico 1. Modelos masculinos de beleza classificados no grupo de cor da pele branca.



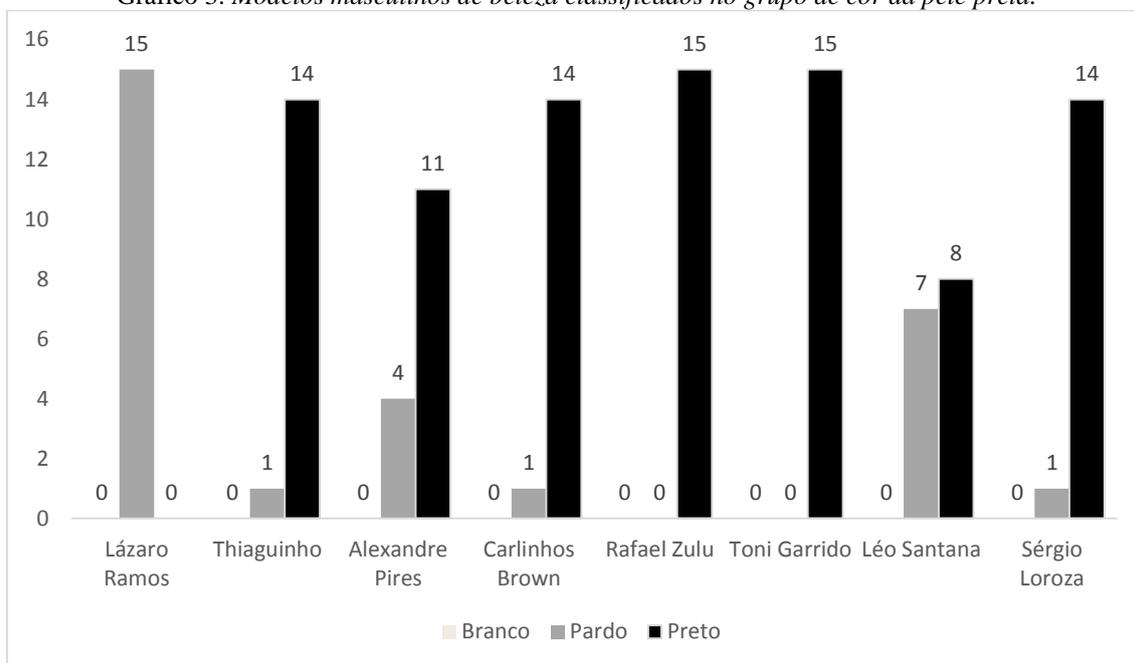
O gráfico 2 contém celebridades classificadas como pardas, segundo a avaliação dos juízes. Pode-se observar que as classificações em geral oscilavam entre a cor branca e parda, com exceções para o modelo Jesus Luz e o ator Domingos Montagner, que oscilaram entre as três cores de pele.

Gráfico 2. Modelos masculinos de beleza classificados no grupo de cor da pele parda.



No gráfico 3 estão presentes as celebridades classificadas como pretas pelos juízes. A cor preta oscilava com a cor parda e essa ocorre em maior grau, por exemplo quando classificavam a cor da pele do cantor Léo Santana.

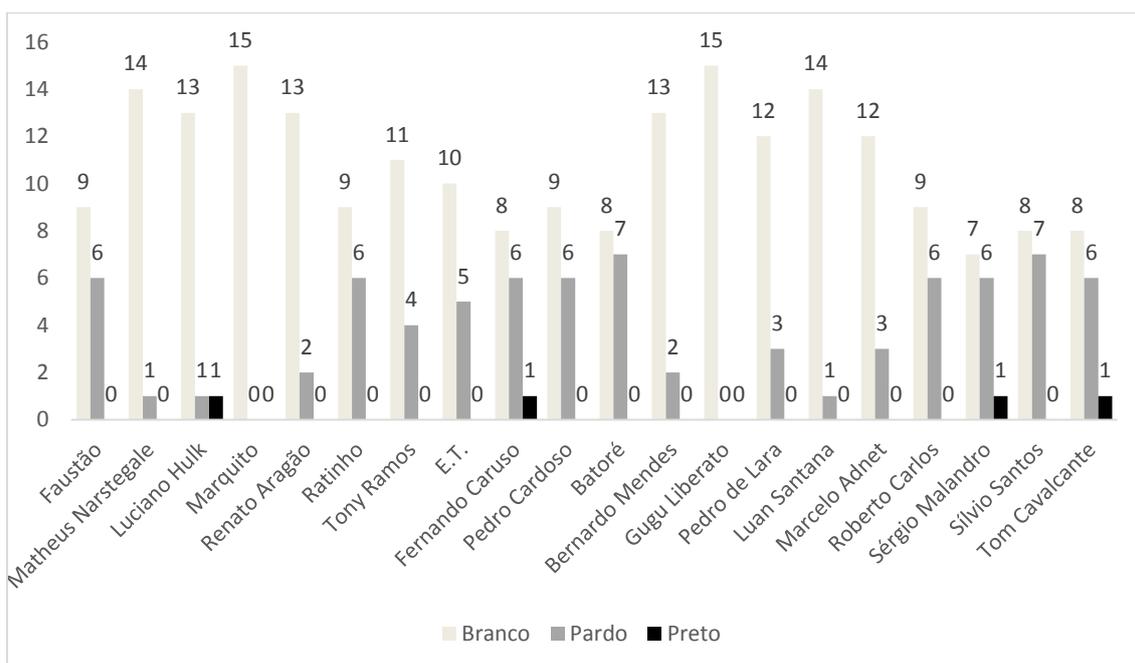
Gráfico 3. Modelos masculinos de beleza classificados no grupo de cor da pele preta.



3.3.1.2 Modelos Masculinos de Feiura

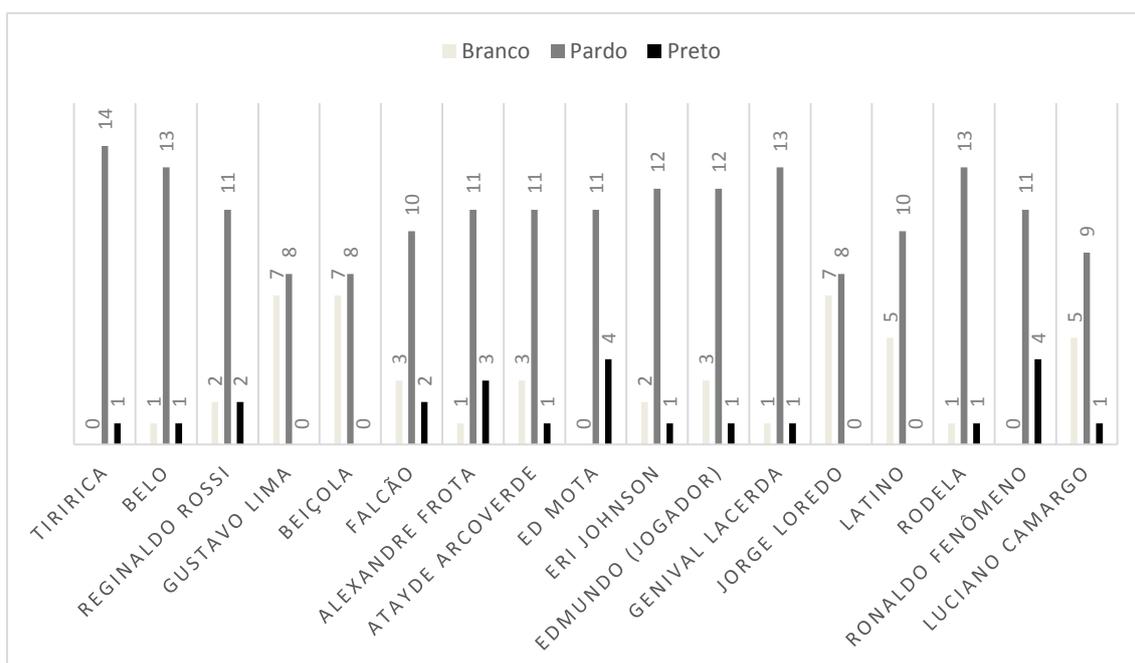
Através dos gráficos 4, 5 e 6, é possível visualizar as classificações recebidas por artistas indicados nas representações sobre a feiura, bem como os respectivos grupos de cor da pele avaliadas pelos participantes. O gráfico 4 mostra que, geralmente, as celebridades descritas como feias e enquadradas no grupo de cor da pele branca variam entre a cor parda e a branca. Apenas as classificações para os apresentadores Tom Cavalcante e Luciano Hulk e Sérgio Malandro e para o ator Fernando Caruso, geraram dúvidas em meio aos juízes entre o branco, preto e o pardo.

Gráfico 4. Modelos masculinos de feiura classificados no grupo de cor da pele branca.



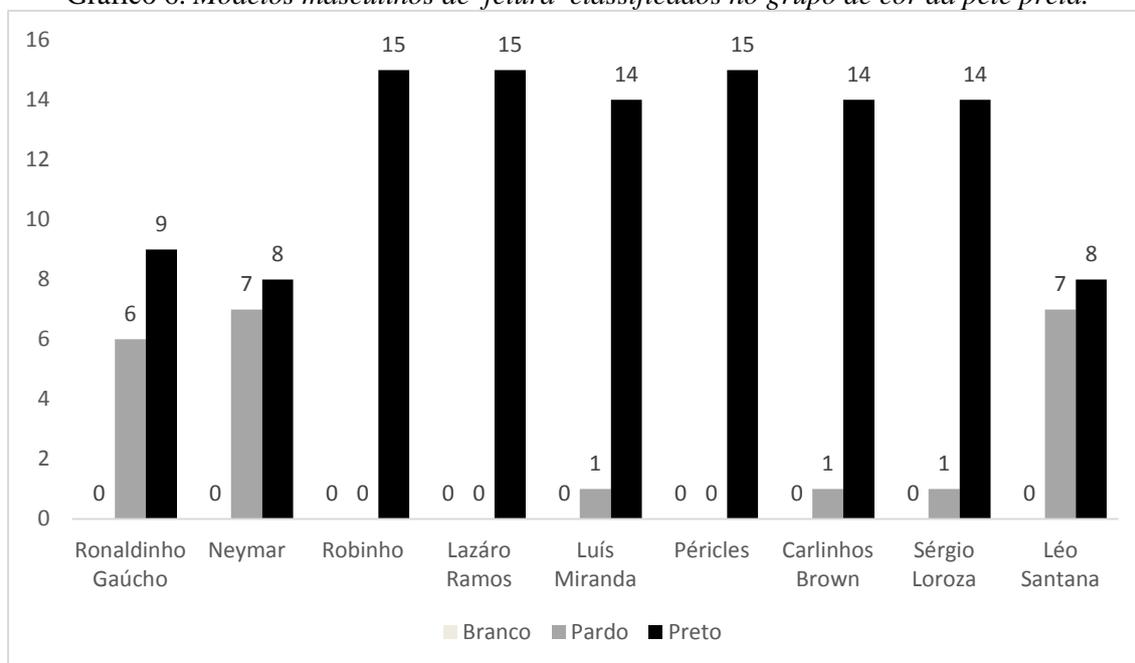
A partir do gráfico 5 é possível visualizar que as classificações de cor da pele para estas celebridades oscilaram entre preta, branca e parda. Com exceção para os cantores Latino e Gustavo Lima, bem como entre os comediantes Beizola e Jorge Loredo, que variaram entre branca e parda. Assim como, também, entre os comediantes Tiririca e Genival Lacerda, o jogador de futebol Ronaldo (Fenômeno) e o cantor Ed Motta oscilaram entre preto e pardo.

Gráfico 5. Modelos masculinos de feiura classificados no grupo de cor da pele parda.



O gráfico 6 aponta quais celebridades classificadas no grupo de cor preta oscilam entre a cor da pele preta e parda, contudo, vale destacar que a cor do jogador Neymar e do cantor Léo Santana foram as que mais geraram dúvidas entre os juízes.

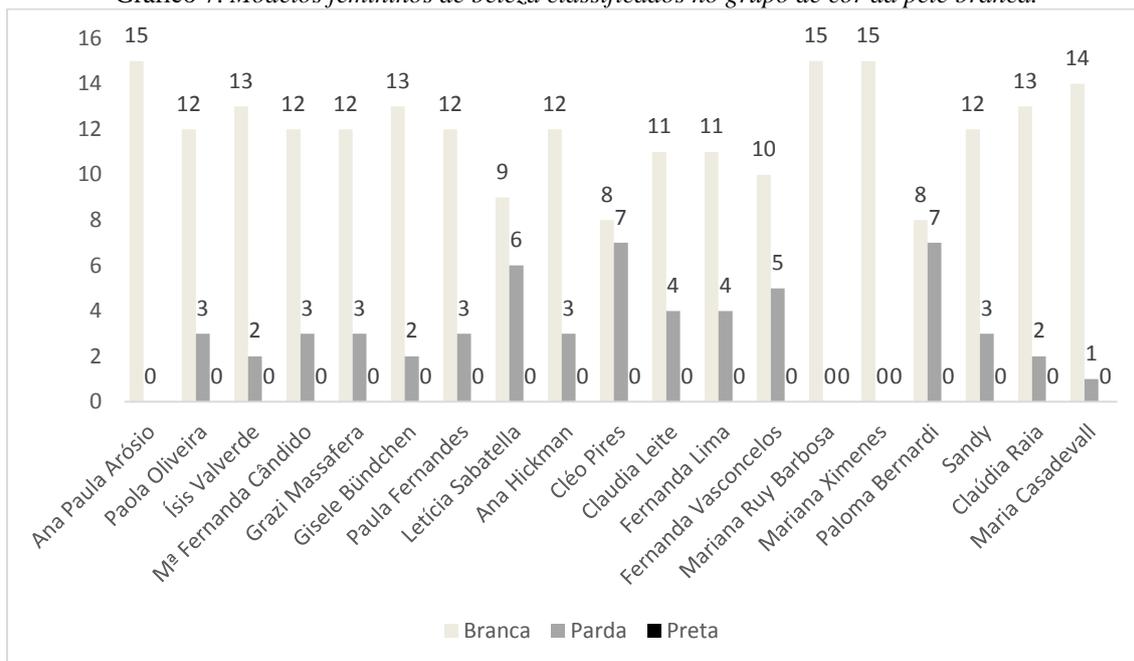
Gráfico 6. Modelos masculinos de feiura classificados no grupo de cor da pele preta.



3.3.1.3 Modelos Femininos de Beleza

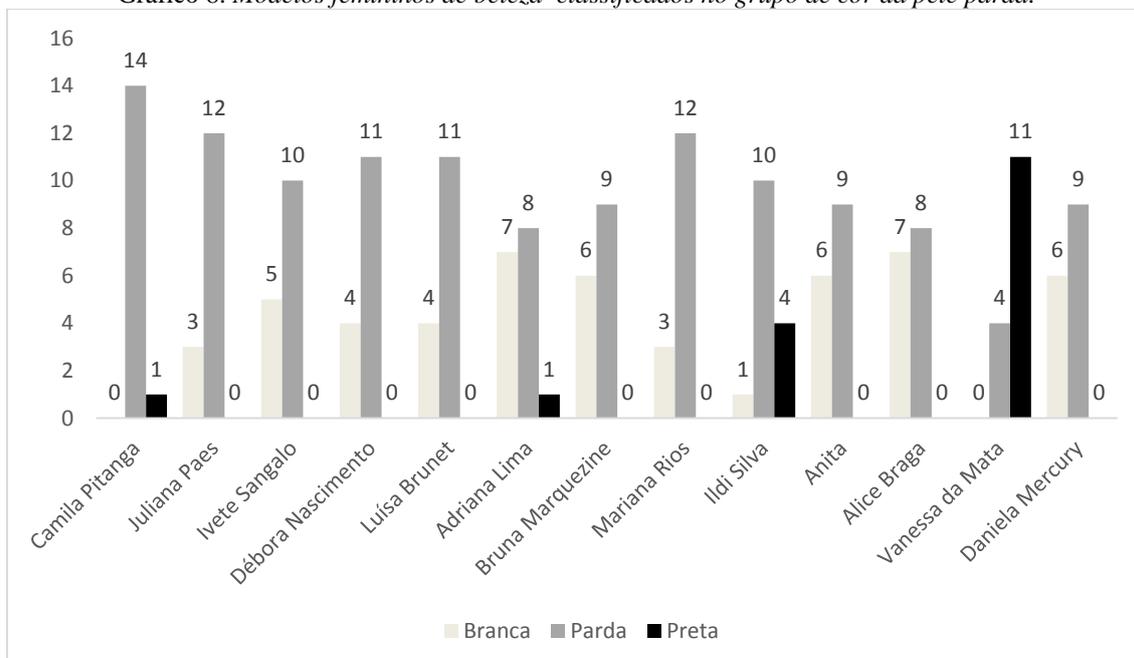
Os gráficos 7, 8 e 9 apresentam a classificação dos modelos femininos de beleza, destes responderam ao questionário um total de 15 pessoas, os quais se declararam branca (n=02), preta (n=07) e parda (n=6). A partir do gráfico 7 se visualiza que celebridades nomeadas no grupo de cor branca variaram entre a cor branca e parda, com destaque para a classificação das atrizes Ana Paula Arósio, Mariana Ximenes e Marina Ruy Barbosa, sobre as quais os participantes do estudo não tiveram dúvidas quanto ao juízo da cor da pele.

Gráfico 7. Modelos femininos de beleza classificados no grupo de cor da pele branca.



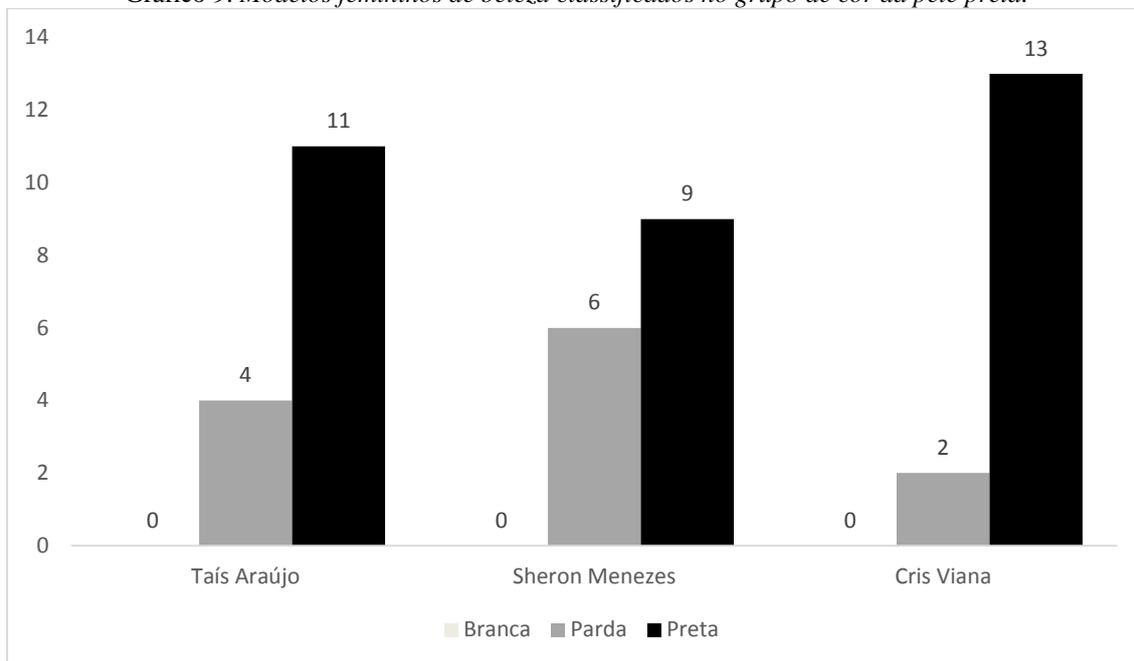
No gráfico 8 se aponta que a definição da cor de pele dos artistas do grupo de cor parda alterna entre a parda e a branca. Entretanto, apenas a cor da atriz Camila Pitanga e da cantora Vanessa da Mata se fixaram entre a cor parda e preta. Já entre a atriz Ildi Silva e a modelo Adriana Lima, houve variação entre as três cores (branca, preta e parda).

Gráfico 8. Modelos femininos de beleza classificados no grupo de cor da pele parda.



A classificação das artistas do grupo de cor preta oscilou entre a cor preta e parda, sendo a cor da pele da atriz Sheron Menezes a que mais teve oscilação de respostas.

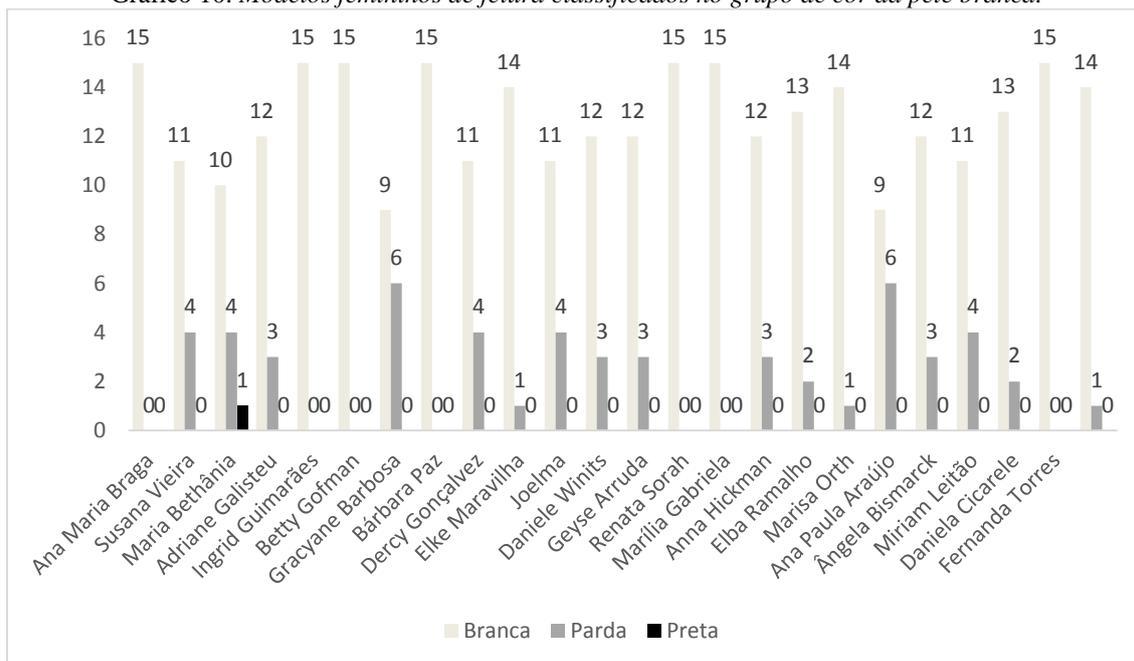
Gráfico 9. Modelos femininos de beleza classificados no grupo de cor da pele preta.



3.3.1.4 Modelos Femininos de Feiura

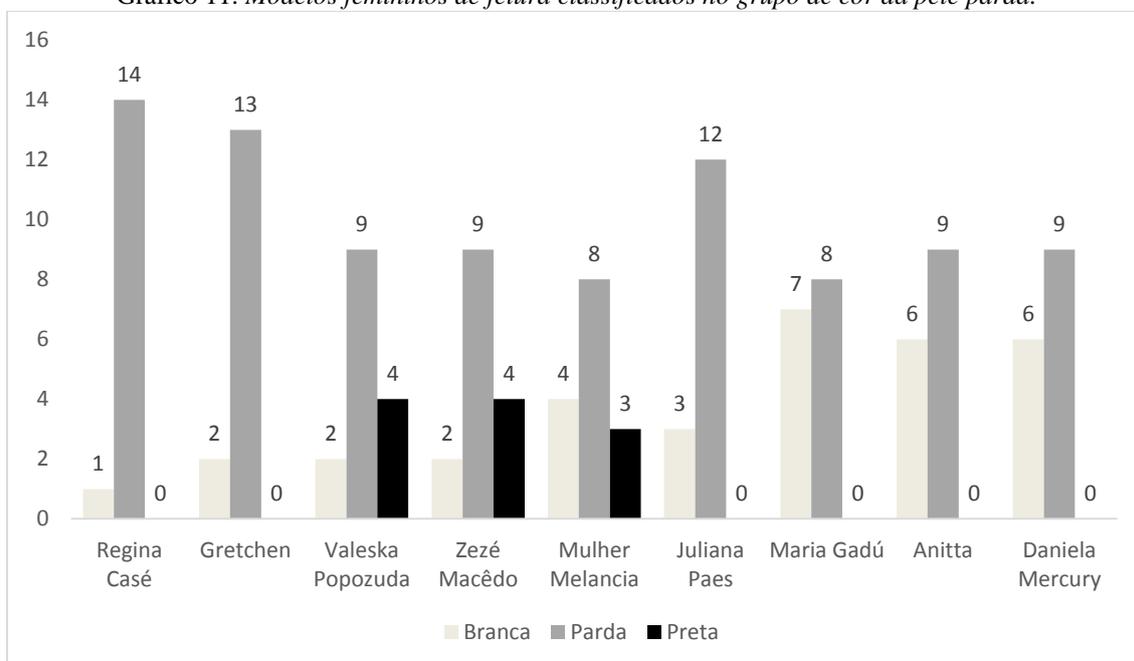
Os gráficos 10, 11 e 12 identificam celebridades enquadradas nos respectivos grupos de cor (branca, parda e preta). Dentre os 15 respondentes, se autodeclararam brancos (n=02), pardos (n=06) e pretos (n=07). No grupo de cor da pele branca se verifica que as respostas se fixaram entre a cor branca e parda, porém, apenas a cantora Maria Betânia obteve uma classificação de cor preta.

Gráfico 10. Modelos femininos de feiura classificados no grupo de cor da pele branca.



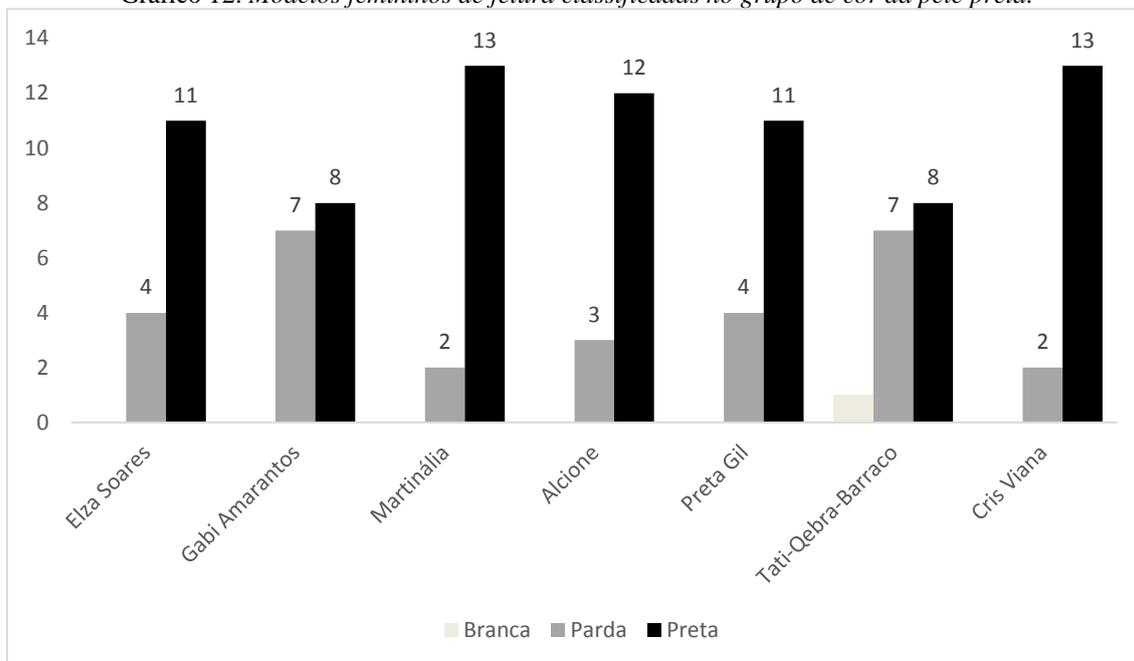
É possível visualizar, através do gráfico 11, maior variação de respostas relativas à cor da pele das cantoras Valeska Popozuda e Mulher Melancia, além da comediante Zezé Macêdo, todas classificadas como pardas pela maioria dos juízes do estudo. E das cantoras Daniela Mercury, Anitta e Maria Gadú que variaram entre a cor branca e parda.

Gráfico 11. Modelos femininos de feiura classificados no grupo de cor da pele parda.



A partir do gráfico 12 é possível identificar que o grupo de cor preta possui menos variações quanto à classificação da cor de pele das celebridades. Todavia, a atriz e cantora Martinália foi a artista que apresentou menor oscilação na definição da cor. E a cantora Tati-Quebra-Barraco apresentou variações dos três tipos de cor (branca, preta e parda).

Gráfico 12. Modelos femininos de feiura classificadas no grupo de cor da pele preta.



3.3.2 Modelos Para a Beleza e a Feiura

Neste tópico apresentar-se-ão os resultados para os modelos de beleza e feiura elencados pelos participantes do estudo após serem classificados em grupos de cor da pele.

3.3.2.1 Beleza Masculina

Efetou-se a análise da frequência dos nomes das celebridades referidas na pergunta sobre beleza masculina no Brasil, com intuito de avaliar que modelos são mais significativos nas representações sobre a beleza masculina. Por intermédio da Tabela 3, é possível identificar os nomes dos atores Thiago Lacerda ($f=20$) e Reynaldo Gianechinni ($f=46$), classificados no grupo de cor branca, foram os mais referido deste grupo. O ator Lazáro Ramos ($f=10$) e o cantor Alexandre Pires ($f=03$), mais citados dentre os modelos de beleza identificados como pretos (ver gráfico 3). Contudo, o nome do ator Caio Castro ($f=84$) obteve maior frequência não só entre celebridades classificadas como pardas, mas também entre as demais celebridades. Assim como o ator Cauã Reymond ($f=46$),

classificado como pardo (ver gráfico 2), obteve frequência igual à celebridade mais referida do grupo de modelos brancos (Ver Tabela 1).

Tabela 1.

Nome, frequência e porcentagem (entre parênteses) das celebridades masculinas citadas na pergunta sobre beleza.

Modelo Brancos	f	Modelos Pardos	f	Modelos Pretos	f
Reynaldo Gianecchini	46	Caio Castro	84	Lázaro Ramos	10
Rodrigo Hilbert	23	Cauã Reymond	46	Thiaguinho	04
Thiago Lacerda	20	Rodrigo Santoro	38	Alexandre Pires	03
Henri Castelli	13	Malvino Salvador	26	Carlinhos Brown	03
Fábio Assunção	06	Wagner Moura	05	Rafael Zulu	03
Bruno Gagliasso	06	Eduardo Moscovis	05	Toni Garrido	03
Ricardo Tozzi	04	Márcio Garcia	04	Léo Santana	01
Fábio Jr.	04	Marcos Pasquim	04	Sérgio Loroza	01
Matheus Solano	03	Paulo Zulu	04		
Murilo Rosa	03	Domingos Montaigner	04		
Alexandre Borges	03	Luciano Szafir	04		
Diogo Nogueira	03	Jesus Luz	03		
Kaká	03	Maurício Mattar	03		
Marcelo Antony	03	Ricardo Mariano	03		
Miguel Falabella	03	Victor Fasano	03		
Paulo Ricardo	03	Zezé de Camargo	03		
Victor Chaves	03	Zeca Baleiro	03		
Wiliam Boner	03				
Total de celebridades citadas:	19	Total de celebridades citadas:	18	Total de celebridades citadas:	08
Total de modelos:	152 (36,0%)	Total de modelos:	242 (57,3%)	Total de modelos:	28 (6,6%)
Total de outras celebridades citadas: 72 (14,6%)					

Nota: Celebridades referidas menos de 3 vezes foram para a categoria “outras celebridades”.

Logo depois de efetuada a análise da frequência com que os modelos são citados, e com base no estudo de classificação da cor da pele (branco, preto e pardo), teve-se o intuito de identificar qual a cor da pele ancora as representações sobre a beleza masculina, ou seja, a relação entre cor da pele do participante e modelo escolhido. Por meio da Tabela 2 é possível identificar maior referência a modelos pardos 57,3% e brancos 36,0%, nas representações de beleza masculina elaboradas pelos participantes, e com baixa frequência para modelos pretos 6,6%. Assim foi com participantes de todos os grupos de cor da pele, onde se escolheram com maior frequência modelos pardos (ver Tabela 2).

Através da análise dos residuais, percebe-se que o resultado da alta presença de modelos pardos foi influenciado por respostas de todos os participantes independentes da cor da pele. Também nota-se que as respostas dadas por participantes autodeclarados brancos (3,0) contribuíram para maior presença de modelos brancos nas representações

da beleza masculina. E menos influenciados pelas respostas de participantes, autodeclarados brancos (-3,0). A presença de modelos pretos (ainda que mínima), de modo peculiar, foi influenciada pelas respostas de participantes autodeclarados pretos (6,1). Também são os mesmos participantes (-2,7) quem menos colaboram para a presença de modelos brancos nessas representações.

Tabela 2.

Frequência, porcentagem (entre parêntese), qui-quadrado e Residuais da relação entre as variáveis cor do participante e cor do modelo de beleza escolhido.

Cor da pele dos Participantes	Cor da pele do modelo citado			Total
	Modelos Brancos	Modelos Pardos	Modelos Pretos	
Brancos	78 (44,3%)	94 (53,4%)	04 (2,3%)	176 (100%)
Resíduo ajustado	3,0	-1,4	-3,0	
Pardos	57 (33,5%)	106 (62,4%)	07 (4,1%)	170 (100%)
Resíduo ajustado	-0,9	1,7	-1,7	
Pretos	17 (22,4%)	42 (55,3%)	17 (22,4%)	76 (100%)
Resíduo ajustado	-2,7	-0,4	6,1	
Total	152 (36,0%)	242 (57,3%)	28 (6,6%)	422 (100%)
Qui-quadrado = 43,891		Significância = 0,000		

3.3.2.2 Feiura Masculina

Utilizou-se análise das frequências dos nomes das celebridades citadas pelos participantes, cuja classificação está disposta na Tabela 3. Dentre as celebridades elencadas nas representações sobre a feiura, se destaca o nome do palhaço Tiririca ($f=53$) e do cantor Belo ($f=40$), classificados como pardos no estudo que aferia a cor da pele (ver gráfico 5). Também foi possível indentificar que os modelos brancos mais referidos no quesito feiura masculina referem-se às figuras dos apresentadores Faustão ($f=44$) e Luciano Hulk ($f=26$). Enfim, das celebridades pretas percebidas como feias destacam-se as figuras dos jogadores Ronaldinho Gaúcho ($f=20$) e Neymar ($f=15$), mas também do ator Lázaro Ramos ($f=08$) e do cantor Carlinhos Brown ($f=03$), sendo os dois últimos também citados quando a pergunta versava sobre beleza masculina (ver gráfico 6 e 3).

Tabela 3.

Nome, frequência e porcentagem (entre parênteses) das celebridades masculinas citadas na pergunta sobre feiura.

Modelos Brancos	<i>f</i>	Modelos Pardos	<i>f</i>	Modelos Pretos	<i>f</i>
Faustão	44	Tiririca	53	Ronaldinho Gaúcho	20
Matheus Narstegale	27	Belo	40	Neymar	15
Luciano Hulk	26	Reginaldo Rossi	10	Robinho	04
Marquito	15	Gustavo Lima	10	Lazáro Ramos	08
Renato Aragão	12	Beißola	07	Luís Miranda	03
Ratinho	09	Falcão	06	Péicles	03
Tony Ramos	09	Alexandre Frota	06	Carlinhos Brown	03
E.T.	08	Atayde Arcoverde	03	Sérgio Loroza	02
Fernando Caruso	06	Ed Mota	03	Léo Santana	02
Pedro Cardoso	05	Eri Johnson	03		
Batoré	05	Edmundo (jogador)	03		
Bernardo Mendes	03	Genival Lacerda	03		
Gugu Liberato	03	Jorge Loredó	03		
Pedro de Lara	03	Latino	03		
Luan Santana	03	Rodela	03		
Marcelo Adnet	03	Ronaldo Fenômeno	03		
Roberto Carlos	03	Luciano Camargo	03		
Sérgio Malandro	03				
Sílvio Santos	03				
Tom Cavalcante	03				
Total de nomes citados:	20	Total de nomes citados:	17	Total de nomes citados:	09
Total de modelos:	187 (45,7%)	Total de modelos:	162 (39,6%)	Total de modelos:	60 (14,7%)
Total de outras celebridades citadas: 85 (17,2%)					

Nota: Celebridades referidas menos de 3 vezes foram para a categoria "outras celebridades".

Foi realizada análise de frequência para aferir qual a cor da pele mais referida de acordo com modelo. O cenário se mostra divergente entre modelos pretos e brancos, conforme demonstra a Tabela 4. Na pergunta sobre a feiura no Brasil, há maior referência a modelos brancos 45,7% (antes 36,0%), contudo, em paralelo, há aumento proporcional de modelos pretos 14,7% (antes 6,6%). Também houve a redução de modelos pardos 39,6% (anterior 57,3%) nessas representações, se comparada às respostas dadas sobre a beleza masculina. Além disso, por meio da análise da frequência entre cor do respondente e modelo escolhido, fica demonstrado que entre participantes autodeclarados pardos 44,1% e pretos 56%, os modelos brancos são mais frequentes nas suas representações sobre a feiura. No entanto, em paralelo a este efeito, se ressalta aumento de modelos pretos nas representações dos participantes pardos 19,1% (anterior 4,1%) e brancos 12,1% (anterior 2,3%).

A análise dos residuais revela que, de um lado, participantes brancos (2,1) são quem mais colaboram para a presença dos modelos pardos; Por outro, são os participantes

pretos (2,1) quem mais colaboram para a presença de modelos brancos nessas mesmas representações (ver Tabela 4).

Tabela 4.

Frequência, porcentagem (entre parêntese), qui-quadrado e residuais ajustados da relação entre as variáveis cor do participante e cor do modelo de feiura escolhido.

Cor da pele dos Participantes	Cor da pele do modelo citado			Total
	Modelos Brancos	Modelos Pardos	Modelos Pretos	
Branco	73 (42,2%)	79 (45,7%)	21 (12,1%)	173 (100%)
Resíduo ajustado	-1,2	2,1	-1,2	
Pardo	67 (44,1%)	56 (36,8%)	29 (19,1%)	152 (100%)
Resíduo ajustado	-0,5	-0,9	1,9	
Preta	47 (56%)	27 (32,1%)	10 (11,9%)	84 (100%)
Resíduo ajustado	2,1	-1,6	-0,8	
Total	187 (45,7%)	162 (39,6%)	60 (14,7%)	409 (100%)
Qui-quadrado = 8,768		Significância = 0,067		

3.3.2.3 Beleza Feminina

Foi realizada análise da frequência dos nomes das celebridades femininas citadas pelos participantes. A Tabela 5 apresenta as celebridades femininas mais citadas quando a pergunta versava sobre beleza. Assim, as atrizes Camila Pitanga ($f=51$) e Juliana Paes ($f=27$) foram nomes mais mencionados e identificadas como modelos do grupo de cor parda (ver gráfico 5). A atriz Taís Araújo ($f=31$) também foi o nome mais frequente dentro do grupo de cor preta (ver gráfico 9), bem como o da atriz Cris Viana ($f=04$), o nome menos citado dentro deste grupo. As mais citadas no grupo de cor branca são as atrizes Ana Paula Arósio ($f=30$) e Paola Oliveira ($f=26$), ambas classificadas no grupo de cor branca (ver gráfico 7).

Tabela 5.

Nome, frequência e porcentagem (entre parênteses) das celebridades femininas citadas na pergunta sobre beleza e classificadas por grupo de cor da pele.

Modelos Brancas	f	Modelos Pardas	f	Modelos Pretas	f
Ana Paula Arósio	30	Camila Pitanga	51	Taís Araújo	31
Paola Oliveira	26	Juliana Paes	27	Sheron Menezes	10
Ísis Valverde	22	Ivete Sangalo	12	Cris Viana	04
M ^a Fernanda Cândido	19	Débora Nascimento	11		
Grazi Massafera	15	Luísa Brunet	05		
Gisele Bündchen	13	Adriana Lima	04		
Paula Fernandes	13	Bruna Marquezine	04		
Letícia Sabatella	12	Mariana Rios	04		
Ana Hickman	08	Ildi Silva	04		
Cléo Pires	08	Anita	03		
Claudia Leite	07	Alice Braga	03		
Fernanda Lima	07	Vanessa da Mata	03		
Fernanda Vasconcelos	06	Daniela Mercury	03		
Mariana Ruy Barbosa	06				
Mariana Ximenes	06				
Paloma Bernardi	05				
Sandy	05				
Claúdia Raia	03				
Maria Casadevall	03				
Total de nomes citados:	19	Total de nomes citados:	13	Total de nomes citados:	03
Total de modelos:	214 (54,5%)	Total de citações:	134 (34,1%)	Total de citações:	45 (11,5%)
Total de outras celebridades citadas: 101 (20,4%)					

Nota: Celebridades referidas menos de 3 vezes foram para a categoria “outras celebridades”.

Supondo que há relação entre a cor da pele do participante com a escolha de um respectivo modelo nas representações sociais da beleza, se efetuou análise da frequência dos modelos em relação à cor da pele dos participantes. Os resultados expostos na tabela 6 indicam maior recorrência à modelos brancas 54,5%, e baixa frequência para modelos pretas 11,5%. Participantes de cor branca 66,1% e parda 54,8% recorrem com maior intensidade a modelos brancas em suas representações sobre a beleza. Entretanto, participantes de cor preta demonstraram menor intensidade em relação aos demais participantes ao escolherem modelos brancas 23,9%, não obstante referem mais modelos pardas como representantes da beleza. Além disso, os participantes pretos demonstraram maior preferência por modelos pardas 44,8% e pretas 31,3% em suas representações, em comparação aos participantes brancos 4,7% e pardos 10,3%.

Efetuoou-se análise dos residuais da relação entre modelos escolhidas e participantes que escolheram. Assim, identificou-se que há a escolha de participantes brancos por modelos de beleza branca (4,1) e a negação de modelos de beleza preta (-3,7), por um lado, e por outro lado, a maior escolha dos participantes pretos por modelos de beleza preta (5,6) e a baixa preferência por modelos brancos (-5,5), são os resultados que determinaram a significância da relação entre a cor do modelo e a cor do participante.

Tabela 6.

Frequência, porcentagem (entre parêntese), qui-quadrado e residuais ajustados da relação entre as variáveis cor do participante e cor da modelo de beleza escolhida.

Cor da pele dos Participantes	Cor da pele da modelo citada			Total
	Modelos Brancas	Modelos Pardas	Modelos Pretas	
Branco	113 (66,1%)	50 (29,2%)	8 (4,7%)	171 (100%)
Resíduo ajustado	4,1	-1,8	-3,7	
Pardos	85 (54,8%)	54 (34,8%)	16 (10,3%)	155 (100%)
Resíduo ajustado	0,1	0,3	-0,6	
Pretos	16 (23,9%)	30 (44,8%)	21 (31,3%)	67 (100%)
Resíduo ajustado	-5,5	2,0	5,6	
Total	214 (54,5%)	134 (34,1%)	45 (11,5%)	393 (100%)

Qui-quadrado $\chi^2(4) = 49,38$, $p = .00077$

3.3.2.4 Feiura Feminina

Na Tabela 7 se pode visualizar as celebridades femininas mais referidas quando a pergunta versava sobre feiura. Dentre elas se destaca o nome da apresentadora Regina Casé ($f=51$), classificada no grupo de cor parda. E com menor frequência para o nome da atriz Juliana Paes ($f=05$) (também mencionada na pergunta que aferia à beleza feminina), das cantoras Anitta ($f=03$) e Daniela Mercury ($f=03$). A apresentadora Ana Maria Braga ($f=25$), classificada no grupo de cor da pele branca, e como menos referidas, os nomes de Ana Paula Araújo (repórter), Ângela Bismark (*socialite*), Daniela Cicarele (modelo e apresentadora), Fernanda Torres e Marília Pêra (ambas atrizes), todas com frequência igual a três. No grupo de cor preta destaca-se o nome das cantoras Elza Soares ($f=15$), Preta Gil ($f=05$) com menor frequência. Nota-se, também, que dentro dos respectivos grupos de cor (branca, preta e parda), há maior variedade de modelos brancas citadas pelos participantes, entretanto, houve aumento significativo para as modelos pretas ($f=14$), referidas na pergunta que aferia à feiura feminina (ver tabela 7).

Tabela 7.

Nome, frequência e porcentagem (entre parênteses) das celebridades femininas citadas na pergunta sobre beleza

Modelos Brancas	f	Modelos Pardas	f	Modelos Pretas	f
Ana Maria Braga	25	Regina Casé	51	Elza Soares	15
Susana Vieira	21	Gretchen	25	Gabi Amarantos	06
Maria Bethânia	15	Valeska Popozuda	16	Martinália	06
Adriane Galisteu	10	Zezé Macêdo	12	Alcione	05
Ingrid Guimarães	10	Mulher Melancia	07	Preta Gil	05
Betty Gofman	09	Juliana Paes	05	Tati-Qebra-Barraco	05
Gracyane Barbosa	09	Maria Gadú	04	Cris Viana	01
Bárbara Paz	08	Anitta	03		
Dercy Gonçalves	08	Daniela Mercury	03		
Elke Maravilha	08				
Joelma	08				
Daniele Winits	06				
Geyse Arruda	05				
Renata Sorah	05				
Marília Gabriela	05				
Anna Hickman	04				
Elba Ramalho	04				
Marisa Orth	04				
Ana Paula Araújo	03				
Ângela Bismarck	03				
Miriam Leitão	03				
Daniela Cicarele	03				
Fernanda Torres	03				
Marília Pêra	03				
Total de nomes citados:	25	Total de nomes citados:	09	Total de nomes citados:	07
Total de modelos:	158 (47,9%)	Total de modelos:	126 (38,2%)	Total de modelos:	46 (13,9%)
Total de outras celebridades citadas: 164 (33,2%)					

Nota: Celebridades referidas menos de 3 vezes foram para a categoria “outras celebridades”.

Realizou-se análise da frequência estatística das celebridades após serem agrupadas por cor de pele. O objetivo foi avaliar possíveis mudanças de modelos nas representações sobre a feiura. Na tabela 8 é possível inferir que mesmo figurando em maior número, houve redução da presença de modelos brancas 47,9% (anterior 54,5%) nestas representações. Paralelo a essa redução das modelos brancas, ocorreu o aumento de modelos pretas 13,9% e pardas 38,2%.

A análise da frequência das variáveis cor da pele do participante e modelo escolhida demonstra que há redução de modelos pretas nas representações de feiura dos participantes pretos 8,5% (anterior 31,3%). Não obstante, respondentes autodeclarados pretos citaram menos modelos pardas 25,4%, contudo houve aumento de suas respostas para as modelos brancas 66,1%. Dentre participantes brancos, existe aumento para

modelos pardas 48,3% (anterior 29,2%) e, em contrapartida, uma diminuição nas suas respostas para modelos brancas 40,9% (anterior 66,1%).

A análise dos residuais revela que participantes brancos são quem mais contribuem para que as modelos pardas (3,4) apareçam nas representações sobre a feiura, em contrapartida, são quem menos fornecem respostas para modelos brancas (-2,3) (ver Tabela 8). Também demonstra que a presença de modelos brancas nas representações sobre a feiura é influenciado principalmente pelas escolhas de participantes pretos (3,1). E o aumento de modelos pretas se deve às escolhas dos participantes pardos (2,6). Todavia, quem menos colabora para a aparição de modelos pardas são os participantes pretos (-2,2).

Tabela 8.

Frequência, porcentagem (entre parêntese), qui-quadrado e residuais da relação entre as variáveis cor do participante e cor da modelo de feiura escolhida.

Cor da pele dos Participantes	Cor da pele da modelo citada			Total
	Modelos Brancas	Modelos Pardas	Modelos Pretas	
Brancos	61 (40,9%)	72 (48,3%)	16 (10,7%)	149 (100%)
Resíduo ajustado	-2,3	3,4	-1,5	
Pardos	58 (47,5%)	39 (32%)	25 (20,5%)	122 (100%)
Resíduo ajustado	-0,1	-1,8	2,6	
Pretos	39 (66,1%)	15 (25,4%)	5 (8,5%)	59 (100%)
Resíduo ajustado	3,1	-2,2	-1,3	
Total	158 (47,9%)	126 (38,2%)	46 (13,9%)	330 (100%)
Qui-quadrado = 19,472		Significância = 0,001		

Após concluir esta etapa da descrição dos modelos de cor categorizados como belos e não-belos, interessou, sobretudo, o que os participantes descreviam como atributos de beleza e de feiura. Logo, está próxima etapa trará o conteúdo das representações formuladas pelos participantes sobre quais atributos físicos conferem beleza ou feiura aos modelos nomeados por eles.

3.3.3 Representações Sociais sobre a Beleza e a Feiura

Por intermédio da análise dos léxicos buscou-se identificar o conteúdo das representações sociais sobre a beleza e a feiura. Foi possível encontrar semelhanças, mas também diferenças, em relação aos gêneros masculino e feminino, sobretudo em relação

à cor do modelo referido. Os resultados estão organizados de acordo como foram feitas as perguntas no instrumento. Desse modo, iniciou-se pela beleza e feiura masculina, em seguida os resultados para a beleza e feiura feminina. O quadro 1 expõe as variáveis estruturantes contadas para as análises dos dados descritivos.

Quadro 1.

Variáveis estruturantes do corpus “beleza masculina”, “feiura masculina”, “beleza feminina” e “feiura feminina”.*

Cor da pele	Faixa etária	Região do País	Nível de Escolaridade	Modelo
Branca	13-20 anos	Norte	Superior	Branco
Preto	21-30 anos	Nordeste	Médio	Preto
Pardo	31-40 anos	Sul	Fundamental	Pardo
	41-50 anos	Sudeste		
	51 acima	Centro-Oeste		

3.3.3.1 Representações Sociais sobre a Beleza Masculina

O *corpus* analisado se refere, especificamente, à questão relacionada à definição das características de beleza da celebridade masculina escolhida pelo participante. Este *corpus* foi composto por 425 Unidades de Contexto Iniciais (UCI), o que corresponde à quantidade de respostas submetidas à análise. Possui 1.207 palavras analisáveis (indicadora de sentidos), com frequência de 3,57 vezes por palavra, sendo que estas ocorreram 4.315 vezes. A análise dividiu-se em 434 Unidades de Contexto Elementares (UCE). Destas, 386 UCE (88.94% do total) foram retidas na CHD, conforme indica a figura 3. Na primeira partição do *corpus*, a classe 3 (49.48%) se diferenciou do restante do material textual. Na segunda partição o *corpus* foi dividido em um sub-*corpus*, compondo, assim, a classe 1 a qual reteve 23.32% do *corpus*; e a classe 2 representa 27.2% do total do *corpus*. A análise parou por aqui, visto essas três classes se mostrarem estáveis, na análise da CHD. Foram consideradas na análise todas palavras com frequência maior que três. Na figura 3, o dendrograma apresenta as palavras, bem como seu respectivo X^2 , o que indica o grau de associação entre a palavra e a classe. As classes apresentam características físicas que são indicativas de beleza em determinada pessoa. Entretanto, é possível observar que há diferentes posicionamentos de alguns participantes, quanto à localização regional e ao modelo referido.



Figura 3. Dendrograma do corpus “Beleza Masculina” (n=422).

Classe 2 – Características Associadas à Modelos Pardos

A classe 2 representa 27.2% do texto retido na análise. Na classe predominam respostas de participantes de faixa etária acima dos 50 anos. Em seu conteúdo, é possível notar as características que os participantes utilizam para atribuírem beleza ao modelo, ele deve “ter” “cabelo cacheado” ou “cabelo encaracolado”, “lábios carnudos”, “corpo sarado” ou “corpo malhado” “tom de pele”, “sorriso branco”. Mas também, “ser” “moreno”, “sensual”, “atlético”, “natural”. Um exemplo desta representação está nestas citações:

Bem na verdade acho o ator lindo, mas nunca reparei detalhes então fui olhar umas fotos dele para responder primeiramente ele é moreno e tem um rosto marcadamente masculino, olhar atraente e sorriso largo, que acompanha covinhas, lábios grandes que faz um til perfeito. Cabelo cacheado ou curtinho, de todo jeito vai bem sobancelha forte, nariz marcante, o corpo que eu olhei com atenção agora nem é tão bem feito, mas destaco o peito e as coxas grossas, ele é sensual, se fosse traduzir a beleza dele diria moreno sensual de olhar e sorriso atraente e envolventes, para mim, típica beleza brasileira (Suj.298, cor branca, região sudeste, nível superior, 50 anos acima, modelo pardo).

“Ele me veio à cabeça imediatamente, nem sei direito o porquê. Ele tem um perfil até comum de homem, porém vinculado a mídia brasileira, sarado na medida certa, braços e abdômen definidos de uma maneira que me agradam. Moreno cabelo bagunçado, jovem, olhos castanhos, escapando daquele famoso perfil ‘europeu de olhos azuis’ e ‘cabelo liso claro’, não que seja uma beleza que eu não admire, mas Caio parece esbanjar masculinidade, que aqueles [outros]. O que para mim pesa no quesito beleza, algo cru e menos superficial” (Suj. 274, cor parda, região nordeste, nível superior, 21-30 anos, modelo pardo).

“Ele tem um corpo definido, mas não exagerado, parece ser simpático e inteligente, lábios carnudos e olhar sensual [...]” (Suj.298, cor parda, região sudeste, nível superior, 21-30 anos, modelo pardo).

“O fato de ele ser alto, aparentemente ser simpático e, o sorriso que chama atenção” (Suj.486, cor preta, região nordeste, nível superior, 18-20 anos, modelo pardo).

Classe 1- Beleza Associada à Modelos Brancos

A classe 1 representa 23.32% do total do *corpus* retido na análise. Nela predominam respostas referentes aos modelos brancos. O conteúdo dá destaque a uma beleza masculina baseada nas características de “altura”, (força) “forte”, em ser “magro”, nos “traços” do “rosto simétrico”, no “cabelo liso”, “louro”, nos “olhos claros”, “lábios bonitos” e na sua cor “branco”. Mas também se valem de outros

caracteres menos físicos, como “*olhar sedutor*”, ser “*sedutor*”, “*carismático*” e “*belo*”.

Um exemplo dessa representação está presente nas passagens:

“Jovem branco, cabelo preto encaracolado, não é nem tão alto nem tão baixo, forte. (Suj. 033, cor branca, região nordeste, nível superior, 21-30 anos, modelo pardo).

“Loiro, olhos claros, simetria do rosto, barba por fazer, alto, massa corpórea equilibrada, sua cor de pele”. (Suj.094, cor branca, região sudeste, nível superior, 21-30 anos, modelo branco).

“Moreno de olhos claros, alto, não ser magro nem ‘saradão’, mãos grandes” (Suj.398, cor parda, região nordeste, nível superior, 21-30 anos, modelo branco).

Alto, o sorriso alvo e largo, o cabelo liso, corpo em forma (Suj.461, cor preta, região nordeste, nível superior, 18-20, modelo branco).

Classe 3 – Beleza Associada a Modelos Negros

A classe 3 corresponde a 49,48% do total de UCE retidas na análise. Nesta classe há predominância de respostas que referem mais aos modelos pretos. O seu conteúdo fala da beleza remetendo às características físicas, tais o “*sorriso*”, “*olho*”, “*nariz*”, “*lábio*”, “*corpo*” e “*cor da pele*”, mas também traz atributos mais abstratos, como por exemplo, “*olhar*” (forma), “*postura*” e a atribuição étnica do modelo “*negro*”. Apresentam-se estas frases como exemplo:

“O sorriso os pelos grossos e brilhantes da face e do cabelo o porte físico ligeiramente musculoso sem cair no exagero o vigor da pele morena e o brilho nos olhos” (suj.023, cor branca, região sudeste, nível superior, 21-30 anos, modelo pardo).

“Ele é todo bonito o sorriso o corpo o cabelo que está sempre adornando com turbantes ou mesmo com cortes e penteados que o torna ainda ‘estiloso’ os olhos são bem expressivos tomando num todo, ele é todo bonito” (suj.405, cor parda, região norte, nível superior, 41-50 anos, modelo preto).

Em suma, o conteúdo das representações sobre a beleza dos modelos pardos e pretos referidos demonstra que as qualidades destacadas pelos participantes como indicativo da beleza masculina ainda resistem à associação do negro à beleza, não à toa

as características que descrevem modelos pretos trazem poucos adjetivos, sendo o “*sorriso*” o atributo percebido que mais conferia atratividade ao modelo referido. Retrata também a beleza masculina pautada não apenas em características físicas, mas em expressões do ‘modus operandi’ do modelo negro escolhido, como: “*olhar*”, “*postura*”, “*simpatia*”.

Observou-se que a cor da pele mais evidenciada pelos participantes é a “*morena*”, que, quando remetia à característica racial do modelo, era associada à “*sensualidade*”. No entanto, em modelos brancos a cor morena também é tomada como parâmetro de beleza, mas não remetia a alguma característica étnica, uma vez que era referida apenas em termos de cor adquirida por processos artificiais, como o bronzamento. Logo, uma cor que deveria ter o “*tom certo*”.

3.3.3.2 Representações Sociais sobre a Feiura Masculina

A partir das respostas à pergunta sobre feiura masculina, se elaborou o *corpus* “*Feiura Masculina*”. Composto por 399 Unidades de Contexto Iniciais (UCI), o que corresponde à quantidade de respostas submetidas à análise. Possui 1.147 palavras analisáveis (indicadora de sentidos), com frequência de 2.155 vezes por palavra, sendo que estas ocorreram 2.472 vezes. A análise dividiu em 402 Unidades de Contexto Elementares (UCE). A Classificação Hierárquica Descendente reteve 67.41% dos segmentos de texto (271 dos 402), organizados em três classes, conforme indica a figura 4. Na primeira partição do *corpus*, a classe 3 (37.64%) se diferenciou do restante do material textual. Na segunda partição, o *corpus* foi dividido em um sub-*corpus*, compondo, assim, a classe 1, a qual reteve 36.16% do *corpus*; enquanto a classe 2 representa 26.2% do total do *corpus*. A análise parou por aqui, visto essas três classes se mostrarem estáveis, na análise da Classificação Hierárquica Descendente.

Na análise foram consideradas todas as palavras com frequência maior que dois.

A figura 4 representa o dendrograma, nele contém as palavras retidas na CHD, bem como o respectivo qui-quadrado. As classes apresentam diferentes perspectivas para a feiura masculina. Além disso, a região e a cor do modelo escolhido trazem, em algumas situações, posicionamentos diferentes frente às características da feiura atribuídas ao modelo.

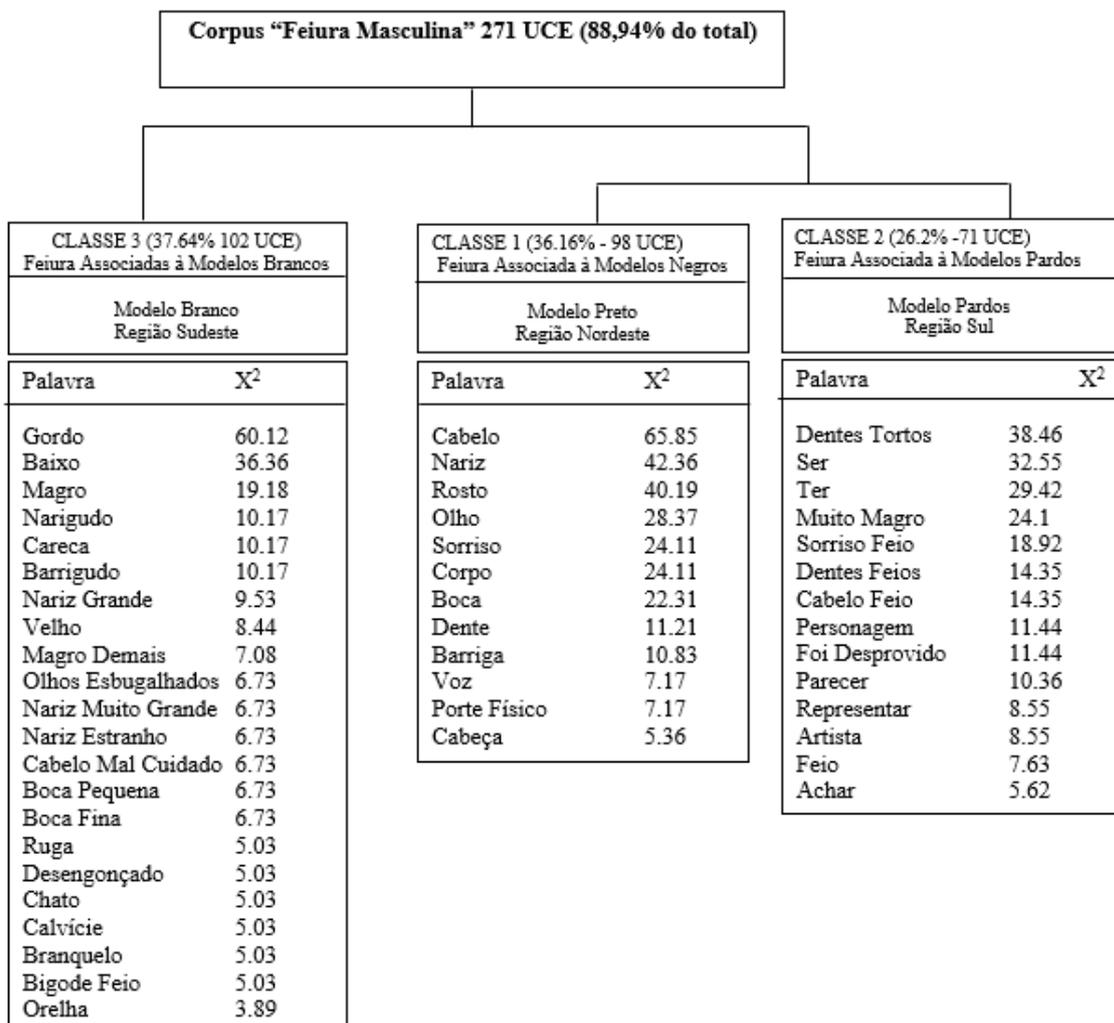


Figura 4. Dendrograma do corpus “Feiura Masculina” (n=402).

Classe 3 – Feiura Associada a Modelos Brancos

A classe 3 abrange 37.64% do material textual que foi retido na análise. Ver-se suas respostas mais associadas a modelos de cor branca e a participantes da região sudeste. Em seu conteúdo, a feiura é descrita com base em características que remetem à gordura ou à magreza, como “gordo” e “baixo”, “magro” ou “magro demais”, “barrigudo”, que descrevem o caráter da aparência dos corpos de modelos brancos. No caso da aparência facial, “narigudo” ou “nariz grande”, “careca”, “olhos esbugalhados” a “cabelo mal cuidado”, “boca pequena”, menção à pertença étnica do modelo, “branquelo” e a sua faixa etária “velho”, com “rugas”. Ou mesmo de traços de suposta característica pessoal, “desengonçado” e “chato”. Apresenta-se frases características desta classe:

“Baixo, magrelo, musculatura não definida e rosto pouco atraente, devido a calvície e a boca pequena” (Suj.061, cor branca, região sudeste, nível superior, 21-30 anos, modelo branco).

“Baixo, raquítico, cabelo mal cuidado, com aparência de sujo, sem conteúdo, boca muito grande” (Suj. 079, cor branca, do sudeste, nível superior, 21-30 anos, modelo branco).

“É velho, gordo e chato” (Suj. 247, cor parda, região nordeste, nível superior, 21-30 anos, modelo branco).

Sujeito de estatura média baixa, gordinho, barrigudinho, falta harmonia nos traços do rosto, pernas finas, desengonçado (Suj. 334, cor parda, região sul, nível superior, 31-40 anos, modelo branco).

Classe 1 – Feiura Associada a Modelos Pretos

A classe 1 representa 36.16% do material retido na análise. Possui conteúdo que refere mais as respostas de participantes da região nordestes e ao modelo preto. Apresenta conteúdo que refere como elementos das representações da feiura ligadas a características físicas de modelos pretos, dessa forma, o “cabelo”, o “nariz” e o “rosto” figuram como primeiros três elementos, mas também o “corpo”, a “boca” e o “sorriso”. Um exemplo desta representação está nas seguintes afirmativas:

“O que pra mim chama mais atenção do que o próprio cabelo dele é o nariz, talvez se ele não tivesse um estilo tão maluco, o nariz poderia passar despercebido e ele fosse considerado até bonito mas, não é o caso” (Suj. 118, cor branca, do nordeste, nível superior, 21-30 anos, nível superior, modelo preto).

“Tive bastante dificuldade em eleger uma pessoas feia, isso é algo relativo pois não considero estritamente físico, mas sim subjetivo. Com esforço pensei no ator Luís Melo, não tem muitas características que o torna feio, é o conjunto. Mas diria que a boca, o cabelo e os olhos” (Suj. 060, cor branca, do nordeste, nível superior, 31-40 anos, se refere à modelo preto).

“Ele tem um rosto muito desproporcional, em minha opinião, olhos, nariz e boca muito grande” (Suj.298, cor parda, região sudeste, nível superior, 21-30 anos, modelo pardo).

Classe 2 – Feiura Associada à Modelos Pardos

A classe 2 reteve 30.46% do *corpus*, nela predomina respostas referentes ao modelo pardo, e de participantes da região sul do país. A feiura nesta classe se liga a características do rosto do modelo que os participantes atrelam a um certo “*desleixo*” com a aparência, “*ter*” “*dentes tortos*”, “*sorriso feio*”, “*dentes feios*”, ou mesmo o “*cabelo feio*”, ainda “*ser*” “*feio*” como uma redundância, “*muito magro*” e “*representar*” um “*personagem*”. Algumas passagens que ilustram esta classe dizem:

“*Pele com muitas marcas e cabelo oxigenado, seu sorriso é muito feio, com os dentes tortos, dá a impressão de desleixo, suas roupas também são de péssimo gosto*” (Suj. 004, cor branca, região sul, nível superior, 21-30 anos, modelo pardo).

“*É uma pessoa que se torna feia pela sua antipatia e arrogância*” (Suj. 016, cor branca, região sul, nível superior, 21-30 anos, modelo pardo).

“*Sorriso feio, cabelo feio e baixo*” (Suj.049, cor branca, região centro-oeste, nível superior, 18-20 anos, modelo pardo).

Em resumo, se observa que ao trazer modelos brancos como representativos da feiura masculina, os participantes o fazem pautando-se em outros estereótipos, como exemplo, o que associa a feiura à *gordura* e mesmo à *magreza*, à *estatura*, à *falta de cabelo*, ou mesmo características do rosto que são tomadas como desproporcionais: “*boca fina*”, “*nariz estranho*” ou com “*cabelo mal cuidado*”, e a sua cor de pele, ao mencionarem o modelo como “*branquelo*” (ver dendograma 2). Mas, em se tratando do fenótipo do negro, foi evidenciado nas respostas que traços fortemente associados à uma descendência africana foram alvos de depreciações estéticas, a exemplo dos “*lábios*”, “*nariz*” e o “*cabelo*” dos modelos referidos.

3.3.3.3 Representações Sociais sobre a Beleza Feminina

A partir da celebridade escolhida pelo participante, foi pedido que descrevessem as características físicas que acreditavam conferir beleza ao protótipo. Desse material produzido pelas respostas dos participantes, se obteve um *corpus* denominado “Beleza Feminina”. Composto por 388 Unidades de Contexto Iniciais (UCI), que o programa dividiu em 391 Unidades de Contexto Elementares (UCE) ou segmentos de texto. O programa reconheceu 1.058 palavras analisáveis (indicadoras de sentido), sendo que estas

ocorreram 3.493 vezes e com uma frequência de 3,30 vezes por palavra. A Classificação Hierárquica Descendente (CHD) reteve 350 UCE (89.51% do total). A figura 5 apresenta o dendograma, que deve ser lido da esquerda para a direita. Na primeira partição do *corpus*, o programa reconheceu a classe 2, que representa 21.14% do total do material textual retido na análise, a qual o programa repartiu, formando a classe 3, composta por 35.14% do total, que, por sua vez, se diferenciaram do material textual da classe 1, retendo 43.71% do *corpus*. A análise parou por aqui, visto estas três classes se mostrarem estáveis.

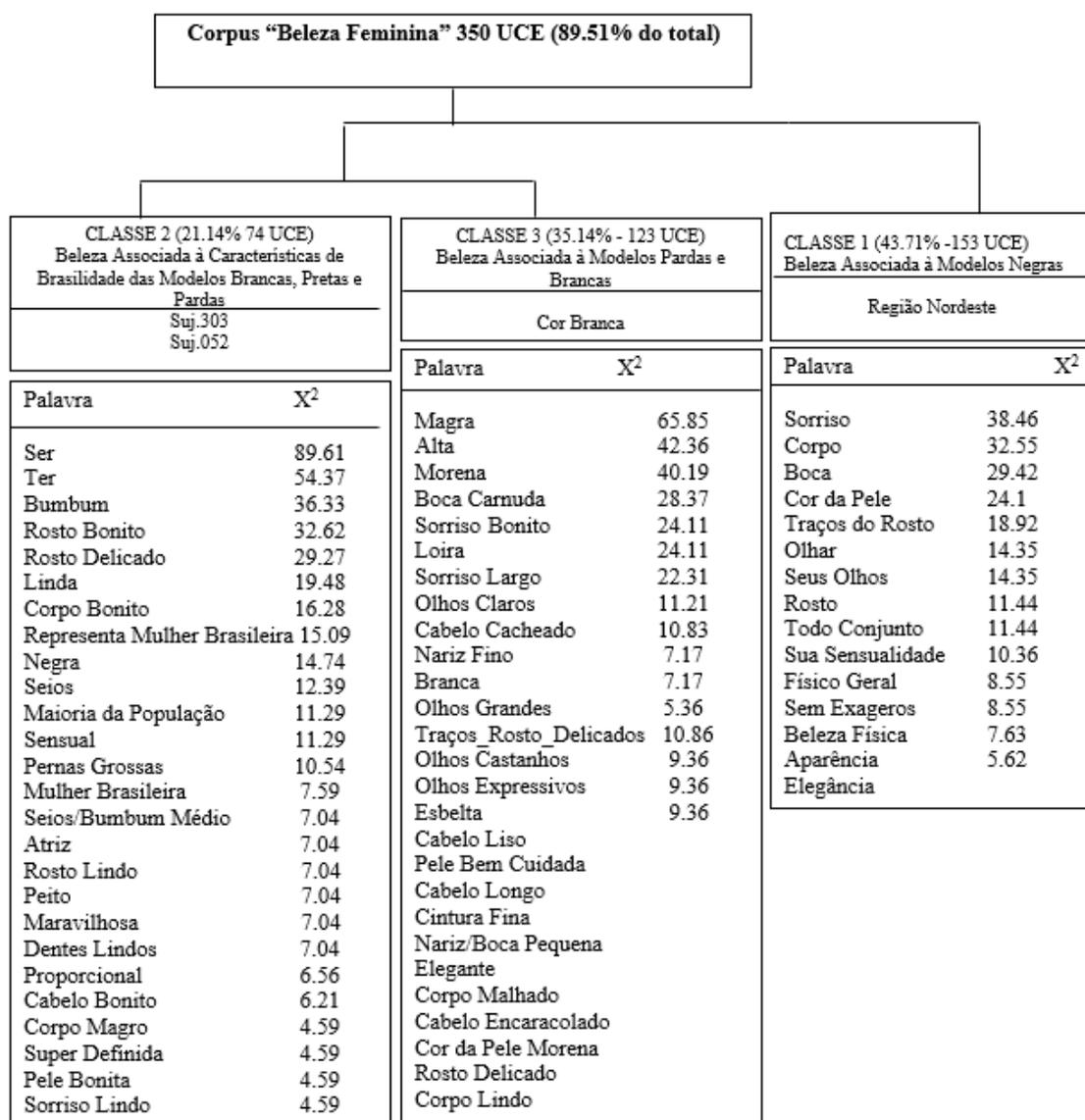


Figura 5. Dendrograma do corpus "Beleza Feminina" (n=388).

Classe 2 – Beleza Associada a Características de Brasilidade das Modelos Brancas, Pretas e Pardas

A classe 2, que representa cerca de 21.14% do material textual retido na Classificação Hierárquica Descendente (CHD), traz alguns sujeitos que estão associados aos discursos presentes nesta classe (suj.303 e suj. 052). Em seu conteúdo há características que os participantes descreveram como típicas da mulher brasileira e que eles também identificaram nas modelos referidas, como “*ter*” “*bumbum*” e “*rosto bonito*” ou “*delicado*”, “*médio*”, um “*corpo bonito*”, com “*seios e bumbum médios*”, “*pernas grossas*”, “*físico proporcional*” e mesmo “*ser*” “*negra*”, “*maioria da população*” e “*representar a mulher brasileira*”. Algumas frases que ilustram esta representação são:

“Ela tem um rosto forte e delicado não sei explicar bem como que é tem uma boca bonita e desenhada seu nariz pequeno afilado e o olhar bonito seu corpo também é todo proporcional ela tem uma estrutura longilíneas mas não é fina como de modelos anoréxicas” (Suj.303, cor parda, região nordeste, nível superior, 21-30 anos, modelo parda).

“Nossa ela é completa! É linda, exuberante, um ar fresco de mulher segura e que vive sua sexualidade feminina, sem se prender a padrões ou tradições sem antes questioná-las. Digo isso porque ela é ateia e muito inteligente, mostra que tem senso crítico. Ela tem uma beleza que entrega nos filmes que é estonteante, se eu pudesse nasceria igual ela. As características físicas são, o corpo bonito, corpo magro mas forte, cor da pele morena e reluzente que ilustra saúde, um sorriso e um rosto lindo, cabelo cacheado e bem cuidado” (Suj. 052, cor branca, região sudeste, nível superior, 21-30 anos, modelo parda).

“Ela tem cintura de ‘pilão’, quadril largo, fora a pele limpa, os olhos claros e o sorriso perfeito” (Suj.015, cor branca, região sul, nível superior, 21-30 anos, modelo branca).

Ela é a combinação perfeita de beleza elegante e independente do que use, tudo cai bem em seu corpo cheio de curvas. (Suj. 107, cor branca, região nordeste, nível superior, 21-30 anos, modelo preta).

Classe 3 – Beleza Associada a Modelos Miscigenadas

A classe 3 reteve 35.14% do total do corpus, e suas respostas são mais características de participantes de cor branca. Ela traz em seu material textual o ser “*magra*”, “*alta*”, “*morena*”, com “*boca carnuda*” e “*sorriso bonito*”, como indicativos de beleza feminina nas modelos pardas. Mas também nas modelos brancas há indicativos de que ser “*loira*”, com “*sorriso largo*”, “*olhos claros*”, “*cabelo cacheado*” ou “*encaracolados*” e “*longos*”, como significativos para se ver beleza nessas modelos. Revela a beleza feminina associada a características miscigenadas, ao se referirem às modelos brancas e pardas. Apresenta-se os seguintes exemplos:

“Alta, magra mas não muito, tem o corpo malhado com perna, bumbum e cintura fina, cabelo liso, bonito e traços do rosto delicados” (Suj. 009, cor branca, do nordeste, nível superior, 21-30 anos, modelo branca);

“Loira com cor da pele morena, acho bonito quando sorri, pois ressalta o dente extremamente branco, magra e não possui corpo masculinizado como as mulheres de academia” (Suj.097, cor branca, região sul, nível superior, 18-20 anos, modelo branca).

“Sua cor de pele morena, cabelos cacheados e castanhos, olhos expressivos, grandes e castanhos, nariz fino e pequeno, magra, cintura fina, quadril largo, boca carnuda, dentes brancos e harmônicos, rosto fino, alta proporcional, braços finos e pernas morenas e torneadas” (Suj.061, cor branca, região sudeste, 21-30 anos, modelo parda).

“Morena, seios fartos, bumbum grande, cintura fina, os cabelos cacheados e longos, dão uma sensualidade a mais. Nem é muito magra, nem é gorda” (Suj.268, cor parda, região sudeste, nível superior, 21-3 anos, modelo parda).

“Cor da pele morena, olhos verdes, magra, nariz pequeno, boca carnuda, cabelo cacheados, é a minha versão preferida dela, magra porém com quadris largos” (Suj. 487, cor preta, região nordeste, nível superior, 21-30 anos, modelo parda).

Classe 1- Beleza Associada a Modelos Negras

Quanto à classe 1, que representa 43.71% do total do material textual retido na análise, suas respostas são mais características de participantes da região nordeste. O material textual retido nesta classe apresenta o “*sorriso*”, o “*corpo*”, a “*boca*” e a “*cor*”

da pele” da modelo como indicativos de beleza feminina. Além destes, há elementos atrelados à beleza dos “traços do *rosto*” e da “*elegância*” dessas modelos. Fala da beleza feminina mais associada às modelos pretas e pardas. Exemplos desta representação estão nestes enxertos:

O sorriso, cabelo e o corpo (Suj. 025, cor branca, região nordeste, nível superior, 18-20 anos, modelo preta).

“*Cabelo, sorriso, cor da pele e olhos*” (Suj. 301, cor parda, região nordeste, nível superior, 21-30, modelo preta).

“*Cor da pele, rosto, corpo, cabelo, delicadeza, sorriso bonito, traços rosto delicados e comportamento*” (Suj. 444, cor preta, região sudeste, nível superior, 21-30 anos, modelo preta).

Em suma, as representações sociais que os participantes possuem sobre a beleza feminina remetem a um ideal de beleza branca ou mestiça. Assim, à modelo branca referida como representativa da beleza feminina, agrega-se características, tais “*cor de pele morena*”, o “*cabelo cacheado*” ou “*liso*”; e, à modelo parda, as características mais descritas como sinônimos de beleza foram o “*nariz fino e pequeno*”, ser “*magra*”, ter a “*cintura fina*”, o “*quadril largo*”, a “*boca carnuda*”, porém “*bem definida*”. E mesmo as modelos pretas referidas apresentavam características semelhantes (ver dendograma 3).

3.3.3.4 Representações Sociais Sobre a Feiura Feminina

O *corpus* analisado pelo programa IRAMUTEQ foi composto por 363 Unidades de Contexto iniciais (UCI), que o programa repartiu em 368 Unidades de Contexto Elementares (UCE). A análise reconheceu 1.180 palavras (indicadoras de sentido), com número de ocorrências igual a 2.821 vezes e 2.39 foi a média de vezes em que se repetiram. A CHD aproveitou 67.66% (249 UCE do total de 363). O Dendograma da figura 6 demonstra que, na primeira partição do *corpus*, a classe 1 foi repartida pelo programa que gerou a classe 2, que por sua vez se diferiram do conteúdo da classe 3, a ponto do programa reconhecer três classes distintas.

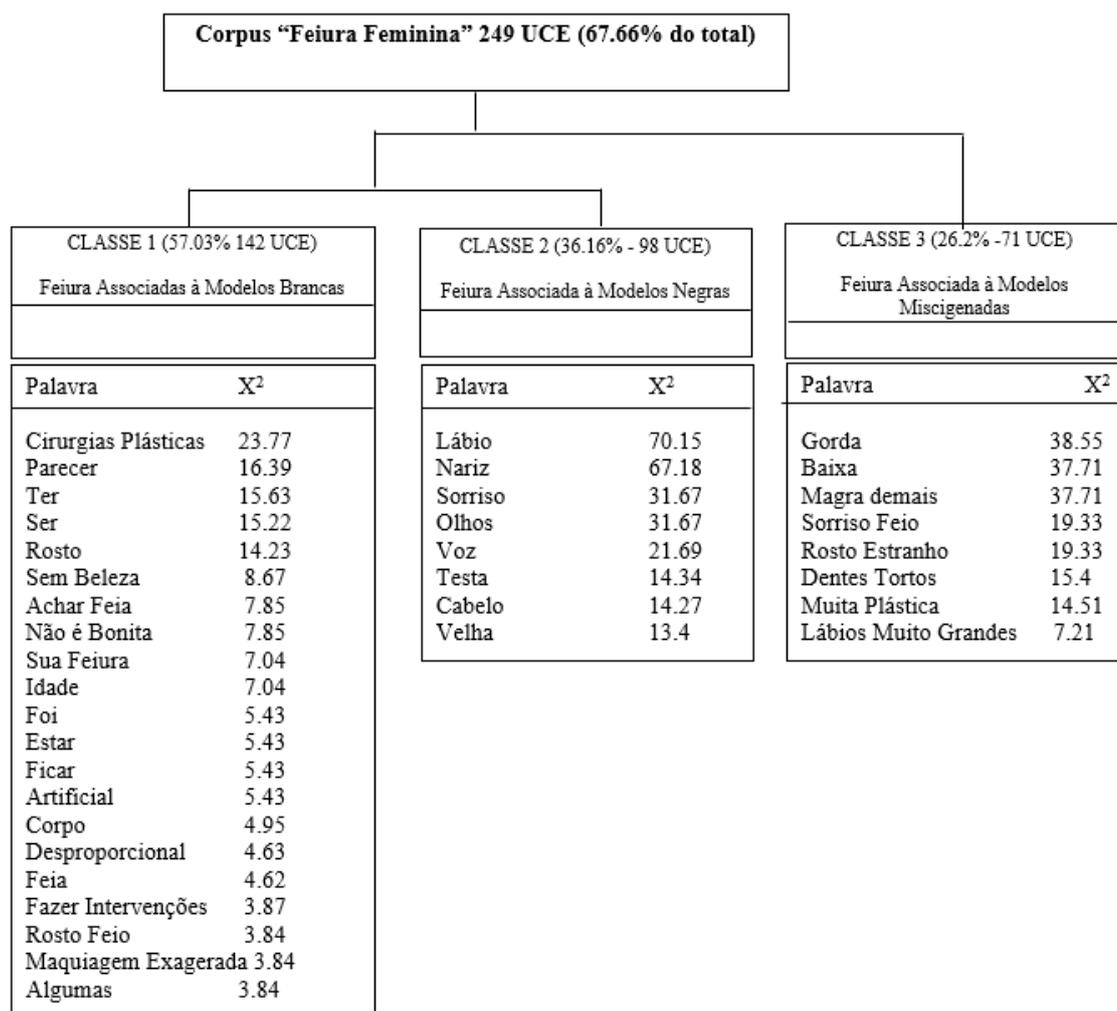


Figura 6. Dendrograma do corpus “Feiura Feminina” (n=363).

Classe 1 – Feiura Associada a Modelos Brancas

A classe 1 abarca 57.03% do *corpus* analisado, sendo a mais significativa. O seu conteúdo refere uma representação da feiura mais associada às características físicas de modelos brancas, remetendo, sobretudo, o que a torna “*feia*” são as “*cirurgias plásticas*” ou “*fazer intervenções*” no “*rosto*” ou no “*corpo*”, o que torna a mulher “*artificial*” e menos prestigiada por se “*achar*” mais nova do que a sua real “*idade*”. Estas representações estão presentes nestas passagens:

“*Devido à quantidade de plásticas ficou muito feia, cabelo rebelde*” (Suj.016, cor branca, região sul, 18-20 anos, modelo branca).

“*Tem um rosto visivelmente artificial com diversas plásticas evidentes, seu cabelo loiro ‘não-natural’ não é bonito, o seu corpo apesar de esculpido é também*”

extremamente artificial e desproporcional com a idade e com o próprio tipo físico da atriz” (Suj.174, cor branca, região centro-oeste, 18-20 anos, modelo branca).

“Ela está toda esticada, nada espontânea e as suas expressões são esquisitas, fora seus lábios feios e seu cabelo feio, também não gosto do seu corpo flácido é um corpo mal cuidado, nada contra gente acima do peso, mas flacidez é falta de cuidado” (Suj.412, cor parda, região nordeste, nível superior, 21-30 anos, modelo branca).

“O corpo dela ainda que com muita plástica é muito feio. Os dentes dela são desproporcionais ao rosto, que é desproporcional ao corpo, o nariz grande, mas o mais estranho mesmo é o sorriso” (Suj.412, cor preta, região sul, nível superior, 18-20 anos, modelo branca).

Classe 2 – Feiura Associada a Modelos Negras

A classe 2 é composta por 22.09% do total do *corpus* e se refere à representação da feiura feminina como decorrente das características fisionômicas de modelos negras (pretas ou pardas), mas também é possível visualizar características semelhantes direcionadas à modelos brancas, como exemplo: “*lábios*”, “*nariz*” “*sorriso*”, “*olhos*”, mas também de peculiaridades de algumas delas, como a “*voz*” e ser “*velha*”. Estas ideias estão expressas nestes extratos:

“Cabelo seco, lábios e olhos grandes” (Suj.014, cor branca, região nordeste, escolaridade superior, 21-30 anos, modelo parda).

“Todo o conjunto, o rosto, os lábios, olhos e nariz” (Suj.297, cor parda, do nordeste, nível superior, 41-50 anos, modelo preta).

“É o mesmo caso do Lazáro Ramos, rosto desproporcional, olhos e lábios muito grandes. E no caso dela com um agravante, parece que o rosto foi esticado para as laterais, os lábios dela me lembra os lábios do personagem Coringa do Batman”(Suj.298, cor parda, do nordeste, nível superior, 18-20 anos, modelo branca).

Classe 3 – Feiura Associada a Modelos Miscigenadas

A classe 3 representa 20.88% do material textual retido na análise. A representação da feiura dentro da classe gira em torno do corpo, no ser “*baixa*”, “*gorda*”, também fala do rosto com “*sorriso feio*”, “*lábios grandes*”, “*dentes tortos*” e das “*muitas plásticas*” feitas no rosto. Apresenta-se este exemplo para ilustrar:

“Dentes tortos e corpo desproporcional” (Suj.048, cor branca, do sudeste, nível superior, 21-30 nos, modelo parda).

“Gorda, dentes sobressaltados e desalinhados, maçãs do rosto muito salientes, cabelo desgrenhado sempre” (Suj. 165, cor branca, do nordeste, nível superior, 21-30 anos, modelo parda).

“Nariz largo, lábios grandes, sorriso feio e magra demais” (Suj.005, cor branca, região nordeste, nível superior, 18-20 anos, modelo branca).

“Rosto enrugado, lábios grandes, olhos arregalados, baixinha (Suj.091, cor branca, região nordeste, nível superior, 31-40 anos, modelo branca).

“Magra demais, rosto estranho, não tem qualidades da mulher brasileira, nem simpática, nem carne nem nada” (Suj.267, cor parda, região nordeste, nível superior, 21-30 anos, modelo branca).

Gordinha com um abdômen saliente, não tem postura, os traços do corpo e do rosto em desarmonia, o sorriso feio e o cabelo feio (Suj.334, cor parda, região sul, nível superior, 21-30 anos, modelo parda).

Alta demais, magra demais, lábios muito grandes (Suj.438, cor preta, região centro-oeste, nível superior, 18-20 anos, modelo branca).

Por fim, o conteúdo das respostas dos participantes refere-se a uma representação sobre a feiura associada a ideias contrárias ao excesso de cirurgias plásticas, à ideia de uma aparência que tenta “driblar” a chegada desta fase da vida, está representada pelas palavras: “*cirurgia plástica*”, “*maquiagem*”, “*idade*”, “*seu corpo e rostos*”. Mas também está ligada à ideia de “*exagero*” com o “*físico*”, que expressa a ideia das escolhas estéticas da modelo que a associa à feiura. E acabavam por não melhorar a aparência física delas, assim apresentou-se como um indicativo de feiura, independente da cor da modelo referida. Contudo, há algumas ressalvas, como a exemplo de modelos pardas e brancas, que o ato de intervir sobre seus corpos gerava uma aparência com “*excessos*”, sobretudo

quando remetiam aos “*lábios grandes*”, “*bumbum*”, “*nariz estranho*” e “*cabelo estranho*”, percebidas como características ligadas à negritude. E quando a modelo era preta, se referiam à feiura a partir de características de sua aparência racial, como por exemplo “*lábios*”, “*olhos*”, “*formato do rosto*”.

3.3.4 Autoimagem dos Participantes da Pesquisa

Com base nas respostas ao questionário “Beleza Brasileira” e, mais especificamente, da pergunta sobre a própria aparência física do participante do qual foi efetuada a análise da frequência e da correlação entre cor autodeclarada e avaliações da própria aparência física. O intuito foi avaliar a percepção dos participantes quanto à sua autoimagem após terem respondido às questões relativas à beleza e feiura de protótipos expostos na mídia televisiva brasileira.

Conforme demonstra a Tabela 9, independente da cor autodeclarada pelo sujeito, se branca 68,2%, preta 54,5% ou parda 68,2%, tendiam a se autoavaliarem como “razoavelmente bonito”. Entretanto, participantes pretos 22,7% foram os que mais se avaliaram como ‘muitos bonitos’. E participantes pardos 12,7%, foram os que menos se avaliaram com o mesmo critério. Apesar disso, participantes autodeclarados pretos 17% também foram os que mais se autoavaliaram como “nada bonitos”, em relação aos demais brancos 10,7% e pardos 11,6%. Todavia foram os participantes pardos 7,5% quem mais se recusaram a falar sobre a própria aparência.

A análise dos residuais ajustados indicam que participantes pretos optam menos pela avaliação “razoavelmente bonito” (-2,4). Contudo, revela maior relação desta categoria de participantes com a autoavaliação “muito bonito” (2,0) (ver Tabela 9).

Tabela 9.

Frequência, porcentagem (entre parênteses), qui-quadrado e residuais da relação entre as variáveis níveis de beleza e cor da pele dos participantes.

Cor do participante	Muito Bonita	Razoavelmente Bonita	Nada Bonita	Preferiu não responder	Total
Branco	35 (15,0%) -0,3	159 (68,2%) 1,1	27 (10,7%) -0,6	13 (5,6%) -0,6	233 (100,0%)
Pardo	22 (12,7%) -1,3	118 (68,2%) 0,9	20 (11,6%) -0,5	13 (7,5%) 0,8	173 (100,0%)
Preto	20 (22,7%) 2,0	48 (54,5%) -2,4	15 (17%) 1,4	05 (5,7%) -0,3	88 (100,0%)
Total	77 (15,6%)	325 (65,6%)	62 (12,6%)	31 (6,3%)	494 (100,0%)
Qui-quadrado = 8,210			Significância= 0,223		

3.4 Discussão

Investigou-se as representações sociais sobre a beleza e a feiura para brasileiros de diferentes grupos de cor da pele, a partir de celebridades expostas na mídia televisiva brasileira.

Toda representação é a representação de algo, e é feita por alguém. Neste estudo a beleza e a feiura são objetos de representações sociais e os sujeitos dessas representações, interpelados com base na sua cor da pele. Este trabalho utilizou contribuições advindas da Teoria das Representações Sociais, iniciadas a partir do estudo proposto por Moscovici (2010).

Ao longo dos períodos históricos, há notórias transformações na forma de conceber a beleza. A sua maior mudança diz respeito aos períodos modernos e pós-modernos, quando passam do centro da reflexão humana (pregada no início dos tempos pelos filósofos) para ser um tipo de capital supervalorizada pela modernidade (Novaes, 2006; Sampaio & Ferreira, 2009). Deste modo, a beleza na atualidade se associa a fatores econômicos e relacionais (Fry, 2002; Malysse, 2002; Neto & Capone, 2007; Novaes, 2006). Prontamente, se a beleza é uma construção social, estudar os padrões estéticos socialmente construídos e reproduzidos, poderá levar à compreensão de certas exclusões geradas pela imposição de parâmetros os quais são utilizados como “filtro”, tanto para se ver belo quanto para atribuir beleza ou feiura a outrem.

Observou-se, por meio das preferências estéticas dos participantes, que a brancura ainda é tomada como referencial de beleza ou mesmo da falta dela. Modelos brancos em geral são apontadas como mais atreladas a beleza do que os demais grupos, sobretudo por participantes do mesmo grupo de cor da pele. Esta tendência também é encontrada nas respostas dos participantes pretos e pardos (ver tabelas 2 e 6). Nada obstante, associar beleza aos grupos majoritários, sobretudo da parte de grupos minoritários, é vista em outros estudos (Domingues, 2002; França, 2011; Poole, 2013).

Decididamente, modelos pretos, comumente apresentaram baixa preferência entre os participantes, em especial nas representações sobre a beleza. Observou-se que os participantes brancos foram os que se posicionaram de forma alheia à presença de celebridades de cor preta em exposição na mídia, e isso é evidenciado tanto nas representações sobre a beleza quanto nas representações sobre a feiura, uma vez que suas respostas colaboravam mais para a ausência desses modelos. Essa falta de representação sobre um determinado grupo já foi evidenciada em um estudo anterior sobre o racismo,

no qual se caracterizou pela não inclusão do outro num universo representacional ou simbólico (Lima, 2011).

Se por um lado há o sentimento de indiferença da parte de participantes brancos, por outro há um posicionamento implícito dos pardos, ao referirem os modelos pretos como mais representativos da feiura que os demais (brancos e pardos). Suas respostas colaboravam mais para a presença destes modelos nas representações sobre a feiura (ver tabelas 4 e 8). A discussão da atribuição negativa às características da negritude pelos pardos já foi debatida em outros trabalhos, como forma de invisibilização da contribuição africana para a constituição do povo brasileiro e no ideal de brasilidade pautado no mestiço, o que torna a identidade mestiça cada vez menos desejável (Coutinho, 2010; Guimarães, 1999; Venturi e Bokany, 2005).

Se a beleza está ligada à brancura do modelo, a feiura pode estar associada ao grau de negritude que o modelo apresenta. No caso específico dos modelos pretos, tal afirmação foi percebida a partir de duas celebridades, ambas foram mais citadas (obtido frequência igual ou superior a três), tanto nas representações sobre a beleza quanto na elaboração de uma representação da feiura (ver tabelas 1 e 3). As justificativas dadas para tal classificação remetiam a traços da aparência racial destas celebridades (ver figura 4 e 6). E, no geral, as características que remetiam à negritude receberam adjetivos, tais: “*lábios muito grandes*”, “*cabelo rebelde*”, “*cabelo armado*”, “*olhos grandes*”, “*bunda grande*”. Estas caracterizações associadas à feiura em pessoas de cor preta podem refletir uma representação social da feiura pautada ainda na visão eugenista que infra-humanizava o feio, na qual os negros também eram inseridos (Diwan, 2002; Flores, 2007). Assim, a visão da falta de beleza associada à inclusão de traços negroides já foi evidenciada em outros estudos (Araújo, 2006; Lopes & Sant’Ana, 2014; Poole, 2013; Richardson, 2013; Ramos & Filho, 2012; Sengupta, 2008; Silva, Santos & Rocha, 2010).

De forma geral, ficou evidenciado nas respostas que a representação sobre a beleza feminina a partir de modelos brancas remete à beleza europeizada “clássica”, com valorização de atributos faciais. Este padrão também atinge modelos pretas e pardas, porquanto, tais atributos foram utilizados como parâmetros para indicar beleza na modelo escolhida. A mistura de traços supostamente do negro, como “*quadril largo*”, “*lábios carnudos*”, associados a traços mais nórdicos, como “*nariz fino*” e o ser “*magra*” e “*alta*”, conferia ao mesmo tempo sensualidade e beleza ao modelo descrito.

De tal modo que, em alguns resultados deste estudo, os modelos pardos são tomados como mais representativos da beleza, por exemplo, quando a referência era a

beleza masculina (ver tabela 2 e figura 3). Eles aparecem com maior força no imaginário dos participantes, sobretudo os que congregavam características, como “*moreno*”, com “*altura*”, (força) “*forte*”, “*lábios carnudos*”, “*sorriso bonito*”, “*magro*” e com “*cabelo cacheado*”. Já quando se referia à beleza feminina, uma celebridade em específico (ver tabela 5 e figura 5) congregava as seguintes características: “*cor de pele morena*”, “*cabelos cacheados*”, “*olhos expressivos*”, “*nariz fino e pequeno*”, “*magra*”, “*cintura fina*”, “*quadril largo*”, “*boca carnuda*”, “*rosto fino*”, “*pernas morenas e torneadas*”. Essas características conferidas aos modelos pardos, que os tornam mais desejáveis, já foram discutidas em outros trabalhos os quais defendem que na hierarquia racial o pardo ou mulato é visto como mais atrativo que o preto, por aliar características que o fazem o perfeito objeto sexual dentro do ideário da brasilidade (Araújo, 2010; Coutinho, 2010; Ramos & Filho, 2012; Souza, 1983).

Também foi observado que uma proporção de modelos pretas citadas como belas mostrou-se superior aos números relativos à população preta (7,6%) no Brasil – divulgados pelo último censo do IBGE –, num total de 190.755.799 de habitantes (IBGE, 2010), ao que parece representar avanços em relação à percepção de beleza em mulheres pretas. Entretanto, esses dados dizem pouco sobre mudanças na forma de ver tais minorias, porquanto o quantitativo de modelos correspondem a um número restrito a três celebridades que foram elencadas por, no mínimo, três vezes nas respostas sobre beleza, tendo uma delas correspondido por mais de dois terços do total de respostas sobre celebridades femininas pretas (ver tabela 5). Assim, os dados refletem uma escassez de modelos, o que por seu turno evidencia mais desigualdades estéticas, posto que o número de celebridades brancas referidas na mesma pergunta é seis vezes maior (ver tabela 5 e 6), conferindo maior heterogeneidade da amostra dessas modelos, enquanto que, para pretos e pardos, há maior homogeneização de respostas, chegando ao ponto de uma celebridade masculina sozinha deter um terço das citações em um total de 242 respostas (ver tabela 1).

Notou-se que no grupo de participantes pardos havia maior consistência em suas respostas, pois em todas elas se verificou a tendência a citarem mais modelos pardos nas representações sobre a beleza do que sobre a feiura. Movimento semelhante é visto entre os participantes pretos, citam mais modelos pretos nas representações sociais sobre a beleza e menos nas de feiura. Entretanto, também escolhem mais modelos brancas nas representações sobre a feiura. Mas o que poderia explicar essa tentativa de favorecer o

próprio grupo dos pardos e o ataque à supremacia da “estética ariana” por parte dos participantes pretos?

Esta postura de perceber o próprio grupo de modo positivo mesmo diante de representações que o colocam como despossuído de tais características, pode ser apoiado no que afirma Almeida e Santos (2011), que as representações sociais funcionam como guias dos comportamentos e das práticas dentro de um dado contexto social. Portanto, uma vez que a opção pela estética ariana é vista por vários autores e até mesmo pelo Movimento Negro (e na nossa amostra também havia militantes de Movimentos pró-negro) como efeito de um ideário que tenta atualizar a supremacia branca e a ideia de uma hierarquia que estabelece espaços sociais para os grupos raciais, gera-se assimetrias nas posições de poder (Araújo, 2006; Carvalho, 2000; Poole, 2013; Silva, Santos & Rocha, 2010). Desse modo, ao preservar o sentimento de autoestima, alguns dos participantes pretos buscaram reafirmar a negritude de forma positiva, atribuindo-lhe beleza e negando a branquitude, ao lhe atribuir feiura. Posicionamentos do tipo já são vistos em crianças a partir dos seis anos de idade, conforme é visto no estudo de França (2011), quando crianças negras favorecem ao seu próprio grupo na atribuição de características como “bonito” e “feliz”.

Contudo, até que ponto saber se seu grupo se inclui ou não nos padrões de beleza vigentes, afeta na autoavaliação da aparência física? Imediatamente, foi analisada a influência destas representações sobre a beleza e a feiura para a autoimagem dos participantes da pesquisa.

Assim, verificou-se qual a possível influência das representações sociais sobre a beleza e a feiura na autoimagem e na aparência física de participantes de diferentes grupos de cor da pele. Observou-se que, no geral, os participantes se autoavaliam como “razoavelmente bonitos”, havendo uma ligeira parcela que se definia como “muito bonitos”, avaliação presente nas respostas dos pardos, brancos e pretos (ver tabela 9). No entanto, não se pode deixar de destacar que a maioria da amostra é constituída por um público jovem, com o nível de escolaridade superior, prontamente, a relação entre beleza e juventude não deve ser descartada, conforme já assinalam discussões anteriores (Camargo, Goetz, Bousfield & Justo, 2011; Teixeira, 2001).

Todavia, participantes brancos e pardos tendem a optar mais pela avaliação “razoavelmente bonito” do que os pretos, e estes últimos optam menos pela avaliação “razoavelmente bonito”, preferindo se categorizar como “muito bonitos” (ver tabela 9). Esta postura pode ser interpretada como uma consequência da exposição a uma norma

estética do qual o grupo majoritário detém o estatuto da beleza, logo não precisa mais reafirmá-la. Entretanto, fazer parte do grupo menos favorecido pelo estereótipo da beleza gera uma tendência a buscar a reafirmação, vista aqui como uma estratégia que objetiva preservar a autoestima pessoal. Logo, para os participantes pretos soa como “eu preciso me achar por que senão ninguém me achará”, e para os participantes brancos, como “eu não preciso me achar, por que existem os que me acham”. Já entre os participantes pardos, soaria como “também não preciso me achar, mas também não quero falar sobre”.

Conforme já nos adverte Dantas (2011), a mídia tornou-se o caminho privilegiado na divulgação e capitalização do culto ao corpo, de modo que se vê a pertinência de inferir sobre a representação de pessoas pretas expostas na televisão, sejam elas celebridades ou anônimas, o qual será descrito no capítulo seguinte.

CAPÍTULO 4

ESTUDO II: REPRESENTAÇÃO PRETA NA MÍDIA TELEVISIVA BRASILEIRA

O primeiro estudo explorou as representações socialmente construídas sobre a beleza e a feiura, tomando a cor da pele como fio condutor dessas representações. Foi observado que havia mais representações sobre a beleza que a associava ao grau de brancura do modelo e menos representações, tanto de beleza quanto de feiura, envolvendo a cor preta, sobretudo por se tratar de um estudo que foi contextualizado na mídia televisiva.

Ao observar o contexto mediático do período da coleta de dados, observou-se que, durante o período da coleta de dados da pesquisa anunciada pela internet como “Beleza Brasileira”, estava em exibição a novela “*Amor à Vida*”, transmitida para todo o país pela Rede Globo. Trazia o elenco de protagonistas: Malvino Salvador (interpreta o herói da trama e classificado como pardo pelos juízes do estudo), Matheus Solano (interpretava um vilão gay caricato, classificado como branco pelos juízes do estudo) e as atrizes Paola Oliveira (a heroína da trama, classificada como branca pelos juízes) e Suzana Vieira (mãe do vilão, classificada como branca). E o elenco de antagonistas: Danielle Winitz (umas das vilãs, classificada como branca pelos juízes), entretanto não havia nenhum ator ou atriz de cor preta no elenco principal, mas alguns que faziam parte de núcleos secundários; Márcio Garcia (papel de vilão, classificado como pardo pelos juízes), Caio Castro (fazia jovem médico, classificado como pardo pelos juízes) (Rede Globo, 2013).

Outros atores que não estavam em exibição, mas foram recorrentemente citados: Camila Pitanga (classificada como parda pelos juízes) havia sido protagonista da novela “*Lado a lado*”, que lhe rendeu o prêmio de melhor atriz e o de melhor ator ao Lázaro Ramos (classificado como preto pelos juízes), que fazia par romântico com a atriz na mesma novela. A atriz Ana Paula Arósio, que já protagonizou novelas com a temática italiana, conjuntamente com a atriz Maria Fernanda Cândido (ambas classificadas como brancas pelos juízes). Neste mesmo período, se encontravam em exibição os programas dos apresentadores Regina Casé (classificada como parda pelos juízes), Fausto Silva, Luciano Huck e Ana Maria Braga (classificados como brancos pelos juízes) (Rede Globo, 2013).

Assim, os resultados do primeiro estudo levantaram duas questões: (a) Qual a representação de pretos na programação diária das principais emissoras televisivas do país? (b) Qual a influência da mídia nas representações sobre a beleza e a feiura formuladas pelos participantes da pesquisa? Neste estudo, descritivo e observacional para a contabilização da presença de pessoas pretas, no geral e, especificamente, celebridades de cor preta. Realizou-se a observação de quatro das cinco maiores Emissoras de TV Aberta (ETVA) do país, cujos objetivos são descritos a seguir.

4.1 Objetivos

a) Geral:

Analisar a representação de pessoas de cor da pele preta na programação das principais Emissoras de TV Aberta do Brasil.

b) Específicos:

- Contabilizar a exposição de não-celebridades e celebridades de cor da pele preta na programação das principais ETVA do Brasil;
- Verificar a influência da exposição de celebridades de cor preta na programação das principais ETVA do Brasil e preferências estéticas de participantes do estudo I.

4.2 Método

4.2.1 Amostra

A amostra das Emissoras de TV Aberta (ETVA) do Brasil – Rede Globo, Record, Bandeirantes e SBT – foram selecionadas por seus programas estarem entre as maiores audiências, conforme dados divulgados pelo IBOPE⁴, utilizando a cidade de São Paulo como referência, uma semana antes da coleta dos dados. Assim:

- Rede Globo com a novela III – *Império*, registrava 30% de audiência;
- SBT com a novela noite 1 – *Chiquititas*, registrava 12% de audiência;
- Rede Record com o programa *Domingo Espetacular*, registrava 10% de audiência;

⁴ Fonte: Media Workstation. Programas de maior audiência na Região GSP. Todos os dias das 06:00 às 05:59 hs. Universos: 6.520.155 domicílios e 19.328.190 indivíduos. Um ponto de audiência corresponde a 1% destes respectivos universos. Informações referentes ao período: 06 a 12/10/2014. Data da publicação: 22/10/2014.

-Rede Bandeirantes com o programa *Pânico na Band*, registrava 5% de audiência.

4.2.2 Instrumentos e Procedimentos

Para desenvolver a pesquisa, assistiu-se a programação das emissoras de sinal aberto, na cidade de Itabaiana-SE, nos dias 25 a 29 de outubro de 2014, e na cidade de Aracaju -SE, no dia 02 de novembro de 2014, durante às 14 horas de programação das emissoras, tendo início às 08h e término às 22h. E também de informações contidas nos sites das emissoras investigadas. De posse de um cronômetro e de uma planilha (apêndice I) para registro dos seguintes itens: (a) horário do início do programa; (b) tempo de duração do programa; (c) nomes das pessoas que aparecem no programa; (d) cor da pele da pessoa que aparece; (e) quantidade de tempo que a pessoa aparece; (f) qual a ação desenvolvida pela pessoa durante o tempo em que aparece.

Os dias da semana utilizados para a realização da coleta nas ETVA (Globo, Bandeirantes, SBT e Record) foram: a sexta, a segunda, a terça e a quarta. No sábado e no domingo apenas a programação da Rede Globo foi verificada.

A coleta dos dados dos dias 24, 25, 27, 28 e 29 de outubro foram realizadas por uma pessoa contratada pela pesquisadora. Já a coleta do dia 02 de novembro foi executada pela própria pesquisadora. O colaborador recebeu instrução acerca dos procedimentos a serem adotados para o estudo (apêndice H). Tratava-se de um jovem adulto, que se autodefinia como preto e era estudante do quinto período do curso de Direito. O julgamento da cor da pele das pessoas em exposição na mídia foi realizado pelo próprio colaborador. Além das celebridades, por meio dos resultados da validação realizada ainda no estudo I. O material coletado totalizou 84 horas da programação dessas emissoras, o que inclui comerciais, entretanto estes não foram alvo de observação neste estudo.

4.3 Resultados

4.3.1 Programação Assistida

Os dados referentes à coleta dos dias 24, 25, 27, 28 e 29 de outubro de 2014 e 02 de novembro de 2014, somam 63 horas e 09 minutos e 30 segundos de programação assistida, ou seja, do tempo de exibição dos programas, sem contabilizar comerciais e chamadas publicitárias. Dentro deste intervalo foi possível contabilizar 95 pessoas de cor preta presentes nestes programas, além de identificadas as aparições de pardos e brancos,

no entanto, como não figurava dentro dos objetivos do estudo, foram excluídos desta conta.

Dentre as ações realizadas pelas pessoas presentes na programação, pode-se afirmar que, em sua maioria, apareciam jogando bola, dançando, sendo entrevistados ou participando de algum quadro dentro de algum programa (não eram celebridades). A média do tempo de aparição era de flashes rápidos de 02 segundos a exposições mais prolongadas de até 60 minutos. A maioria era composta por homens, em geral jogadores de futebol, atletas, pagodeiros ou não-celebridades nomeados. Dentre as mulheres que apareciam também havia anônimas, mas percebe-se que, ‘via de regra’ não eram nomeadas; entre as celebridades havia atrizes ou repórteres. Na Tabela 10 é possível visualizar os dados referentes à programação assistida, o tempo de programação assistida e a quantidade de pessoas anônimas e de celebridades pretas encontradas. Notou-se que a emissora que expôs por maior tempo celebridades de cor preta foi o SBT, no entanto, isso se deve à presença maciça de seriados norte-americanos em sua grade de programação.

Tabela 10.

Programação assistida, duração do programa, número de pretos encontrados.

Nome da Emissora de Televisão	Número de Programas Assistidos	Total de Não-celebridades Identificados	Total de Celebridades Identificadas	Total de Pretos Identificados	Tempo Total de Exposição de celebridades e não-celebridades de cor preta
SEMANA					
Globo	15	11	17	28	1h 13 min. 50 segs.
Record	07	04	03	07	1h 20 min. 40 segs.
Bandeirantes	10	05	01	06	44 minutos
SBT	13	06	20	26	3 horas
Total:	45	26	41	67	6hs e 46 min.
FIM DE SEMANA					
Globo (sábado)	12	-	14	14	48 minutos
Globo (domingo)	08	02	16	18	24 min. 28 segs.
Total:	20	2	30	32	1h 12 min. e 28 segs.

4.3.1.1 Não-celebridades e Celebridades Pretas na Programação Diária da Rede Globo

Na Tabela 11 é possível visualizar toda a programação exibida na Rede Globo durante um dia de semana comum. É possível observar que, de modo geral, em todos os

programas houve a presença de ao menos um preto. Dentre os programas, os que trouxeram maior aparição de pretos foram: “*Encontro com Fátima Bernardes*” e “*Vale a pena ver de novo*”. O primeiro trata-se de programa de auditório, e o segundo, com a reprise da novela “*Cobras & lagartos*” que tinha um fundo humorístico. Dentre as celebridades, havia aparições recorrentes dos atores Lázaro Ramos, Airton Graça e da atriz Thaís Araújo, todos estavam presentes em duas novelas com exibições à tarde e à noite, um deles como protagonista. As ações mais executadas por não-celebridades eram: dar opiniões sobre assuntos em pauta nos programas e novelas da emissora; ser plateia nos programas de auditório. Já entre as celebridades, a maioria eram atores e interpretavam os seguintes papéis: na novela da tarde Lázaro Ramos é Foguinho, um rapaz que era pobre e por meio de trapaça assume o lugar de herdeiro de um importante milionário da trama; Thaís Araújo é Ellen, ex-atendente na loja do milionário falecido, passa a ser esposa de Foguinho, na trama é ambiciosa e capaz de qualquer coisa para se dar bem; Airton Graça é Ramires, pai do Foguinho, a trama o mostra como interessado mais no dinheiro do que no bem estar do filho (Rede Globo, 2014). Neste folhetim, foi contabilizado um total de 40 atores no elenco (Rede Globo, 2014), destes apenas três foram identificados no estudo como pessoas de cor preta e apenas duas foram nomeadas recorrentemente pelos participantes do estudo I. Na novela da noite a atriz Tais Araújo é uma repórter investigativa, Lázaro Ramos é Brian Benson, o guru das estrelas, e Luís Miranda é um transgênero conhecido como a mãe do guru das estrelas e madrinha da personagem de Cláudia Abreu, segundo informações colhidas no site da emissora, o elenco deste folhetim é composto por 68 atores (Rede Globo, 2014). Já as novelas, *Bogie Ogie* (42 atores) e *Malhação* (44 atores), havia ausência de atores pretos, que tenham sido mencionados pelos participantes do estudo I. Contudo a *Império*, apresentou ao menos uma celebridade, a atriz Cris Viana, classificada como preta no presente estudo.

Em suma, foi contabilizada nesta emissora a aparição de 28 pessoas de cor preta, sendo que 11 delas eram anônimas, 17 eram celebridades, contudo observou-se que ocorreu a repetição de atores, no entanto, em horários alternados e estes entraram na contagem do estudo apenas uma vez. Conclui-se que nesta emissora há maior aparição de celebridades se comparado ao número de não-celebridades (ver tabela 11). Com tempo de exibição total, de uma hora, oito minutos e quarenta segundos com exposição que vai de 40 segundos até 30 minutos e na maioria das vezes em cenas coletivas nas novelas (ver tabela 11).

Tabela 11.

Programação assistida na Rede Globo, total de não-celebridades e celebridades de cor preta identificadas, tempo total de exposição, ação desenvolvida.

Nome do Programa	Duração da Observação	Não-celebridades (A)	Tempo de exposição	Ação desenvolvida	Celebridades (C)	Tempo de exposição	Ação desenvolvida	Total de (A+C)
Bom dia Brasil	1h 30 min.	-	-	-	01	2 min.	Maria Julia Coutinho informando as notícias do tempo.	01
Mais Você	1h 20min.	01	20 segs.	Opinando em uma reportagem sobre a geração "nem-nem".	01	1 min.	Aparece em cenas da novela <i>Salve Jorge</i> na qual interpretou o personagem "Perçoço".	02
Bem Estar	45 min.	-	-	-	-	-	-	-
Encontro com Fátima Bernardes	1h 15 min.	02	20 segs.	-Opinando sobre inclusão de deficientes na sociedade durante entrevista; - Filmada na plateia enquanto convidados falavam sobre tipos de cabelo;	01	40 segs.	- Falando sobre carros tunados.	01
SE Tv 1ª Edição		06	4 min.	Entrevistados, falaram sobre o linguajar sergipano e o dia da sergipanidade.	01	3 min.	-Repórter Maristela Liz relatava homicídio ocorrido em Aracaju;	06
Globo Esporte	22 min.	-	-	-	01	2 min.	Falando sobre o jogo e o medo do rebaixamento;	01
Jornal Hoje	24 min.	-	-	-	-	-	-	
Vídeo Show	2 horas	-	-	-	01	4 min.	A modelo e repórter Paty DeJesus, encontra a atriz Anaju Dorigon (branca) e dão dicas de moda sobre os looks da Jade (personagem da atriz) em <i>Malhação</i> .	
Sessão da tarde	1h 30 min.				01	2 min.	Interpreta o papel de diretora de um colégio norte-americano.	
Vale a pena ver de novo (Novela cobras e lagartos)	1h 20 min.	-	-	-	03	15 min.	Lázaro Ramos é Foguinho, que era pobre e por meio de trapaça assume o lugar de herdeiro de um importante milionário da trama; - Thaís Araújo é Ellen, ex-atendente na loja do milionário falecido, passa a ser esposa de Foguinho, na trama é ambiciosa e capaz de qualquer coisa para se dar bem; - Airton Graça é Ramires pai do Foguinho, a trama o mostra como interessado mais no dinheiro do que no bem estar do filho.	
Malhação	45 min.	02		Atuam em uma cena de preconceito, na qual um policial (negro) aborda o garoto está em um carro de luxo que era dos seus pais e o policial pensar que era fruto de roubo.	02		Antônio Carlos (Mumuzinho) é Wallace, um lutador de <i>Muay Thai</i> e; Jeniffer Nascimento é Solange (Sol), estudante que tem o sonho de ser cantora.	
Boogie Oogie	45 min.		-	-	02		Zezé Mota é Sebastiana uma empregada doméstica e; Fabricio Boliveira é Tadeu um cara formado em direito que sonha em ser diplomata.	
Geração Brasil	50 min.		-	-	03	30 min.	Tais Araújo é Veronica uma repórter investigativa, Lázaro Ramos é Brian Benson o guru das estrelas e Luís Miranda um transgênero conhecido como a mãe do guru das estrelas e madrinha da personagem de Claudia Abreu; Danilo Santos Ferreira é Matias, garoto "nem-nem" que não tem interesse nem em trabalhar nem em estudar; Jessica Ellen é Alice uma universitária meio vilã.	
Jornal Nacional	30 min.	01	50 segs.	Opinando sobre o caso do médico infectado pelo vírus ebola.	-	-	-	
Novela Império	1 hora	-	-	-	-	8 min.	Airton Graça é Xana um travesti cabelereiro	
Total:	12h16 min.	12	5 min 10 seg.	-	17	1h 08 min. 40seg.		26

4.3.1.2 Não-celebridades e Celebridades Pretas na Programação Diária da Rede Record

Por intermédio da tabela 12 é possível visualizar que na programação da rede Record, exibida durante um dia comum de semana, os programas que mais houve a presença de pessoas pretas foram os policiais, e programas que possuíam quadros de ajuda ou de competição (ver tabela 12). No geral havia mais pessoas anônimas do que celebridades. Há um destaque para o quadro “Além do peso”, exibido no *Programa da tarde*. A participante Luane é apresentada como uma pessoa que luta contra a obesidade, que já trabalhou como modelo *Plus size*, mas que hoje se esforça para emagrecer, sua aparição durou cerca de 40 minutos.

Nos demais programas pessoas pretas apareciam em diversas situações de vítimas de violências, nesses casos, notou-se que as reportagens eram mais longas que nas demais emissoras. A presença de celebridades pretas se deu mais na novela exibida à noite (ver tabela 12). Os papéis interpretados pelos atores eram: o ator Rocco Pitanga é Nelito, trabalhador de um haras e considerado metrossexual por seus colegas; Silvio Guindane é Paulo Henrique, um engenheiro à procura de emprego, após ser demitido vai ser *stipper* em um bar; Já Rose Lima é Catarina, uma empregada doméstica que saiu da comunidade que morava no Rio e foi trabalhar no mesmo Haras em Petrópolis. Já entre o elenco da novela *Vitória* (66 atores), apenas um ator foi identificado como preto, porém ausente nas respostas dos participantes do estudo I.

Assim, dentro da programação de um dia desta emissora, foram contabilizadas sete pessoas de cor preta que aparecer estudo tenham mencionado em sua programação por cerca de 59 minutos, sendo que o tempo de exposição para cada uma delas vai de 40 segundos a 40 minutos (ver tabela 12).

Tabela 12.

Programação assistida na Rede Record, total de não-celebridades e celebridades de cor preta identificadas, tempo total de exposição, ação desenvolvida.

Nome do Programa	Duração da Observação	Não-celebridades (n)	Tempo de exposição	Ação desenvolvida	Celebridades (n)	Tempo de exposição	Ação desenvolvida	Total (A+C)
Fala Brasil	-	-	-	-	-	-	-	-
Hoje em dia	2 horas	-	4 min.	Passaram crianças em uma reportagem sobre o projeto nova Canaã em Irecê na Bahia.	-	-	-	-
Balanço Geral	2 hs. 33 min.	02	5 min.	Dois participantes de nomes não identificados participam de um concurso de resistência para saber quem aguenta comer um quilo de pão de queijo.	-	-	-	02
Programa da Tarde	14:35	01	40 min.	- Participante Luana do quadro "Além do peso", luta contra a obesidade junto de sua outra amiga a amizade começou antes delas nascerem, já trabalhou como modelo plus size e hoje se esforça para emagrecer. Apareceu - Havia alguns negros na plateia passando rapidamente pelas câmeras.	-	-	-	01
Cidade Alerta	17:20	01	10 min.	Reencontro da senhora Juliene com sua filha recém nascida de um mês e quinze dias que foi sequestrada durante nove horas, por três mulheres na cidade de Várzea Grande - SP.	-	-	-	01
Jornal da Record	1 h	-	40 segs.	Tiroteio entre traficantes no Rio de Janeiro, na reportagem passa a imagem de passageiros pretos dentro de um ônibus nomes não identificados, a maioria abaixados e se protegendo das balas perdidas.	-	-	-	-
Novela Vitória	30 min.	-	-	-	03	21 min.	Rocco Pitanga é Nelito, trabalhador de um haras e considerado metrossexual por seus colegas, o que gera conflito com os outros empregados do local onde trabalha. Rose Lima é Catarina, uma empregada doméstica que saiu da comunidade que morava no Rio e foi trabalhar no mesmo Haras em Petrópolis apareceu em Silvio Guindane é Paulo Henrique um engenheiro à procura de emprego, após ser demitido vai ser <i>stipper</i> em um bar.	03
Total:	10hs 43 min.	04	59 min. 40 segs.	-	03	21min.	-	07

4.3.1.3 Não-celebridades e Celebridades Pretas na Programação Diária da Rede Bandeirantes

Por intermédio da tabela 13 é possível visualizar que na programação da rede Bandeirantes, exibida durante um dia comum de semana, os programas policiais são os que mais mostraram pessoas de cor preta. Em geral eram as vítimas de algum tipo de violência, mas também havia a participação de quadros recreativos, como a exemplo do programa *Sabe ou não sabe*, com duração de uma hora, exibiu durante 12 minutos um jovem que precisava escolher pessoas para responder às perguntas do apresentador e caso acertasse ele ganharia um prêmio. Nesta emissora foi identificada apenas uma celebridade brasileira, o ex-jogador Denilson, que atualmente apresenta junto com outros colegas o programa *Jogo aberto*. A outra celebridade era não-brasileira.

Em resumo, dentro de sua programação diária, a Rede Bandeirantes exibe imagens de pessoas pretas anônimas mais do que de celebridades. E suas aparições variavam de dois a 17 minutos.

Tabela 13.

Programação assistida na Rede Bandeirantes, total de não-celebridades e celebridades de cor preta identificadas, tempo total de exposição, ação desenvolvida.

Nome do Programa	Tempo de Duração	Não-celebridades (A)	Tempo de exposição	Ação desenvolvida	Celebridades (C)	Tempo de exposição	Ação desenvolvida	Total de (A+C)
Programa Dia a dia	08:00	-	-	-	-	-	-	-
Band kids (Seriado I'Carly)	10:10				01	3 min.	No seriado I'm Carly apareceu um ator negro de nome não identificado.	
Jogo Aberto	11:05	-	-	-	01		O ex-jogador Denílson é um dos apresentadores do programa	
Donos da bola	1h 13 min.	-	-	-	-	-	-	-
Sabe ou não sabe	1h15 min.	01	12 min.	Escolhendo pessoas para responder perguntas e caso acertassem ele ganhava um prêmio	-	-	-	01
Tá na tela	1 h 28 min.	02	17 min.	Dona Nilza vó de uma das vítimas do massacre na escola de realengo no rio de janeiro, lembrando a tragédia que fez 3 anos. Ela fala da última vez que viu a neta e da saudade que sente dela. - Mulher de nome não identificado fala sobre a morte do filho que faleceu por meio de um disparo feito por um amigo de 14 anos.	-	-	-	01
Brasil Urgente	2hs. 18 min.	01	10 min.	Senhora de nome não identificado pedindo justiça pela morte de seu filho em São Paulo que foi morto por um rapaz de classe média alta enquanto estava pixando um muro com autorização do dono.	-	-	-	
Jornal da Band	1h 5 min.	01	2 min.	Senhor Valdir Menezes fala sobre a perda do filho em um hospital público de Salvador e reclama das condições precárias que se encontram a saúde no Brasil.	-	-	-	01
Show da fé	1 hora	-	-	-	-	-	-	-
Os Simpsons	40 min.	-	-	-	-	-	-	-
Total:	11hs. 04 min.	05	41 minutos	-	02	3 min.	-	07

4.3.1.4 Não-celebridades e Celebridades Pretas na Programação Diária do SBT

Por intermédio da tabela 14 é possível visualizar que na programação do SBT, exibida durante um dia comum de semana, identificou-se que os programas onde mais houve a presença de pessoas pretas foram os seriados *Um maluco no pedaço* e *Eu, a patroa e as crianças*, ambos norte-americanos e retratam famílias da classe média dos Estados Unidos, com a exposição de atores eminentemente pretos, com duração de 45 a 60 minutos. Nas novelas exibidas à tarde não identificou-se nenhum ator ou atriz preta, apenas na novela da noite, “Chiquititas”, foram encontradas três atores negros e uma figurante, a exemplo de João Acaíde, que é o Tio Chico, cozinheiro do orfanato, ingênuo, cativa a todos pela simpatia e bom humor; Julia Olliver é Patrícia-Pata, uma garota rebelde e arredia, e fiel aos poucos amigos que tem, ela nutre um amor platônico pelo colega de escola; Kaik Francisco é Neco, um menino vítima do trabalho infantil e que é muito medroso, ele irá se apaixonar pela doce Lúcia (Bianca Paiva). Neste folhetim, foram contabilizados 47 atores, e apenas estes foram identificados como pretos.

De modo geral encontrou-se 26 pessoas identificadas como pretas, sendo 20 delas celebridades e seis anônimas. Em relação à exposição dos não-celebridades nos programas, houve uma maior exploração da imagem, variava de 2 a 43 minutos, como exemplo do programa *Casos de família*, no qual Vitor, a esposa e a sua irmã (todos pretos, mulheres não foram identificadas) aparecem para falar sobre o tema “*Ninguém merece apanhar de quem ama!*”. Vitor conta que batia na mulher sempre que desconfiava de alguma coisa e ela se dizia inocente, que o amava e que por isso não o deixava. Em suma maior quantitativo de celebridades pretas exibidas em um dia comum de programação do que em relação as demais emissoras e também maior tempo de exposição (ver tabela 14). Entretanto na sua maioria tratam-se de atrizes e atores norte-americanos. Também foi a emissora que expos por maior número de tempo pessoas anônimas.

Tabela 14.

Programação assistida no SBT, total de não-celebridades e celebridades de cor preta identificadas, tempo total de exposição, ação desenvolvida.

Nome do Programa	Duração do Programa	Não-celebridades (n)	Tempo de exposição	Ação desenvolvida	Celebridades (n)	Tempo de exposição	Ação desenvolvida	Total de (A+C)
Notícias da manhã		-	-	-	-	-	-	-
Bom dia e Cia		-	-	-	-	-	-	-
Um maluco no pedaço (seriado)	45 min.	-	-	-	12	45 min.	Seriado composto maioria preta, trata-se de uma família de pretos americanos bem-sucedidos que acolhem um sobrinho pobre que morava em outro estado, personagem feito pelo ator Will Smith que faz várias trapalhadas e sempre coloca a família em confusão.	12
Eu a patroa e as crianças (seriado)	60 min.	-	-	-	05	60 min.	Seriado com a grande maioria do elenco também composta por pretos e tem como ator principal Michael Kyller. Mostra o dia a dia de um casal americano com seus filhos e os dilemas que ocorrem	05
Casos de família	43 min.57 segs.	03	43 min.	Entrevista com Vitor, a mulher e a sua irmã (todos pretos) sobre o tema "Ninguém merece apanhar de quem ama?". Vitor conta que batia na mulher sempre que desconfiava de alguma coisa e ela se dizia inocente. Ele relatou que essa raiva de mulheres começou depois que pegou sua primeira mulher na cama com outro.	-	-	-	03
Novela Esmeralda								
Novela Sortilégio								
Novela Meu pecado	29 min. 14 segs.	-	-	-	-	-	-	-
Novela a Feia Mais bela	43 min. 31 segs.							
Chaves (seriado)		-	-	-	-	-	-	-
Novela Chiquititas	39 min. 45 segs.	01	2min.	Apresenta-se como cabelereira e toma refresco feito pelo Tio Chico (João Acaíde).	03	15 min.	João Acaíde é Tio Chico cozinheiro do orfanato, ingênuo, cativa a todos pela simpatia e bom humor; Julia Olliver é Patrícia-Pata uma garota rebelde e arredia e fiel aos poucos amigos que tem e nutre um amor platônico pelo colega de escola; Kaik Francisco é Neco um menino vítima do trabalho infantil e que é muito medroso, que irá se apaixonar pela doce Lúcia (Bianca Paiva).	04
Rebeldes	41 min. 31 segs.	-	-	-	-	-	-	-
Programa do Ratinho	1 h 04 min.	02	15 min.	Na plateia e na sua banda. - No palco um rapaz chamado Marcos e sua esposa Patrícia foram receber o teste de DNA.	-	-	-	02
Total:	06hs 06 min. 58s.	06	1 hora	-	20	2 horas	-	26

4.3.1.5 Não-celebridades e Celebridades Pretas na Programação de Sábado na Rede Globo

Ainda era preciso inferir sobre a presença preta durante o fim de semana, por presumir que haja alteração no perfil de público e das atrações que compõem a grade da programação. Por ser a principal emissora do país e seus programas apresentarem maior audiências que os demais concorrentes que esta emissora foi escolhida para ter a sua programação observada.

Através da tabela 14 identificou-se que houve uma repentina queda de aparições de não-celebridades e de celebridades de cor preta, se comparado a um dia comum (ver tabela 11), bem como o tempo de exposição das imagens, pois se era de 1 hora 11 minutos e 40 segundos, passa agora para 48 minutos. Também é possível observar que há maior presença de repórteres nos jornais e também de jogadores de futebol e atletas (ver tabela 14). As ações mais desempenhadas são: participação em quadro de programa de auditório, contracenar em novela e apresentar reportagens. Ainda foi observada a ausência de participantes não-celebridades dentro dos programas, apenas há a presença de uma plateia, mas com a qual o apresentador pouco interage.

Tabela 15.

Programação de sábado assistida na Globo, total de não-celebridades e celebridades de cor preta identificadas, tempo total de exposição, ação desenvolvida.

Nome do Programa	Duração	Não-celebridades (A)	Tempo de Exposição	Ação desenvolvida	Celebridades (C)	Tempo de exposição	Ação Desenvolvida	Total de (A+C)
Como Será?	2 horas	-	-	-	01	02 min.	O repórter Alexandre Henderson levou dois atores mirins para assistir uma peça de teatro e falarem sobre teatro e a interpretação em frente a plateia.	01
Kung Fu Panda		-	-	-	-	-	-	-
Tv Globinho	3 horas	-	-	-	-	-	-	-
Globo Esporte	30 min.	-	-	-	-	-	-	-
Jornal Hoje	24 min.	-	-	-	01	20 segs.	Maria Julia Coutinho informando as notícias do tempo	01
Estrelas	55 min.	-	-	-	-	-	-	-
Caldeirão do Huck	1h 10 min.	-	2 seg.	Na plateia existia uma minoria preta interagindo com as atrações musicais e passavam rapidamente.	01	10 min.	No quadro ruim de roda no qual o principal intuito e descobrir qual famoso dirigi pior a ex-ginasta Dayane dos Santos estava participando, e contou parte de sua história de vida e o que estava fazendo atualmente	01
Futebol (Palmeiras vs. Corinthians)	1h 30 min.	-	-	-	03	20 segs.	Entrevistados os jogadores Wesley número 11 do Palmeiras, Cassio número 12 e Elias ambos jogadores do Corinthians	03
Booig Ooig	45 min.	-	-	-	02	4 min.	Fabricio Boliveira é Tadeu um cara formado em direito que sonha em ser diplomata. E Aline Xavier é a empregada Ivete.	02
Geração Brasil	50 min.	-	-	-	03	23 min.	A Tais Araújo aparece em quatro cenas e; Lázaro Ramos com o Luís Miranda em duas cenas.	03
Jornal Nacional	30 min.	-	-	-	01		O jornalista Heraldo Pereira apresenta o jornal.	01
Novela Império	1 hora	-	-	-	02	9 min.	Cris Viana é a ex-rainha de bateria Juju e Airton Graça é que interpreta Xana um travesti cabelereiro.	02
Total:	12hs 34 min.	-	2 segs.	-	14	48 min. 40 segs.	-	14

4.3.1.6 Não-celebridades e Celebridades Pretas na Programação do Domingo na Rede Globo

A partir da tabela 16 é possível identificar a quantidade e o tempo de exposição de pessoas de cor preta na programação da rede Globo, exibida durante o domingo, percebe-se que há uma ligeira redução de celebridades pretas, se comparada à programação em dia comum. Portanto, o programa em que identificou-se o maior quantitativo de pretos foi o “*Esquentando*”, comandado pela apresentadora Regina Casé, com o total de oito pessoas de cor preta, que participaram ativamente do programa, mas era possível perceber que na platéia também haviam pretos. Dentre estas pessoas, sete eram celebridades e uma era anônima, o tempo de exposição geral foi de 15 minutos e 10 segundos. As ações mais comuns era cantar e dançar, houve um quadro em que a atriz Juliana Alves julgava candidatos chineses que deveriam sambar.

Outro programa que apresentou mais celebridades pretas foi o “*Esporte espetacular*”, comandado por Sodré e Glenda, na maioria eram atletas sendo entrevistados e/ou praticando seus respectivos esportes, houve também a exposição de lutadores norte-americanos e foi o maior tempo de exposição, com 10 minutos e 10 segundos, onde há cenas de Mohamed Ali e Ericsson Ford lutando.

Tabela 16.

Programação de domingo assistida na Globo, total de não-celebridades e celebridades de cor preta identificadas, tempo total de exposição, ação desenvolvida.

Nome do Programa	Duração	Total de Não-celebridades	Tempo de Exposição	Ação desenvolvida	Total de Celebridades	Tempo de exposição	Ação Desenvolvida	Total de Pretos (A+C)
Globo Rural	1 hora							
Auto Esporte	55 min.							
Esporte Espetacular	3 horas	-	-	-	07	16 min. 33 segs.	Gabriel (Jogador) aparece em reportagem especial sobre sua carreira de jogador do Flamengo; Bruno Ferreira (jogador); Zé Augusto (Técnico Portuguesa) são entrevistados; Glória Maria; Ronaldo da Costa (ex-recordista/ atleta). Mohamedi Ali e Ericsson Ford lutando.	05
Esquentão	27 min. 28 segs.	01	10 segs.	Dança com o Mumuzinho	07	15 min.	Juliana Alves samba enquanto Xandy canta sua música, também opina sobre os candidatos chineses. Xandy, retoma a história de dificuldade para chegar ao sucesso, se reúne com Péricles, Luan (branco), Laranjinha (preto), Mumuzinho(preto) e Diogo Nogueira (branco) para cantarem aparece em cena com a Regina Casé (parda), aparece ao lado da apresentadora cantando; Arlindo Cruz (preto) canta; Luane (preta) comenta durante um quadro e interage com o Mumuzinho, simulando um golpe de Kong-fu.	08
Temperatura Máxima	-	-	-	-	-	-	-	-
Brasileirão	1h30 min.	-	-	-	-	-	Aparecem jogadores pretos, mas nenhum foi entrevistado.	-
Domingão do Faustão	2hs. 34 min.	-	-	-	04	3 min. 40 segs.	O cantor Jair Rodrigues tem a sua foto e música expostas; Patrick sorrir para a câmera; o ator Marcelo Melo Junior aparecem cenas dele ensaiando com a instrutora, dançando com Raquel Mari (branca). A dançarina Camila Lobo aparece em cena dançando com o jogador de vôlei Giba (branco).	04
Fantástico	1 hora	01	5 segs.	Modelo aparece na vinheta do programa.	-	-	-	01
Total:	10 hs. 26 min. 28 segs.	02	15 segs.	-	18	24 min. 13 segs.		18

4.3.2 Discussão

Este estudo buscou inferir sobre a representação de pessoas de cor da pele preta na programação das quatro principais Emissoras de TV Aberta do Brasil.

A televisão é um meio de comunicação presente em cerca de 75% dos domicílios brasileiros, isso só até o ano de 2001 (D'Adesky, 2001). Desse modo, a televisão é o meio de comunicação com maior investimento publicitário nos anos de 2007. Em 2008 esses investimentos foram equivalentes a R\$ 29.837.983 (Ushinohama, Affini & Betti, 2009). Isso faz com que a disputa seja cada vez maior entre as emissoras brasileiras de televisão por fatias do mercado publicitário, o que vai influenciar diretamente na programação e no que será exposto, pra quem irá ser destinada e o tipo de retorno pretendido, ou seja, mais investimentos em publicidade. Mas é preciso pensá-la a partir de perspectivas que defendem que a mídia não possui apenas o objetivo de venda de determinados produtos, mas servem também para veiculação e perpetuação do racismo na sociedade (Martins, 2009; Lopes & Sant'Ana, 2014; Ramos & Filho, 2012).

Camargo, Justo, Alves e Schlösser (2013), em seu estudo sobre os efeitos do contexto interacional nas representações sociais sobre o corpo e o papel da comunicação na produção de diferentes RS, evidenciaram a existência de pressões no grupo estudado, levando os participantes a responderem de acordo com o que percebiam ser desejável socialmente. Conforme evidencia Alexandre (2001), é preciso salientar o papel que a mídia exerce ao difundir representações sociais.

A ideia de uma mídia que legitima padrões de belo e de feio remete, e muito, às inferências propostas por renomados eugenistas do início do século XX, então volta-se ao que era antes? Pois, ainda que a presença negra esteja em crescimento dentre as ETVA, isso não significa uma melhora do conteúdo e das imagens que são difundidas, e alguns estudos alertam para a preocupação com o tipo de imagem que vem sido divulgada sobre o negro (Araújo, 2010; D'Adesky, 2010; Lopes, 2010; Silva, V. & Rosemberg, 2008; Silva, P., Santos & Rocha, 2010).

O que se observa dos resultados do estudo realizado é um cenário em que a televisão, mesmo diante dos avanços de direitos conquistados, devido aos movimentos de reivindicação e luta por políticas públicas no setor de telecomunicações (Silva, Santos & Rocha, 2010), ainda invisibiliza a diversidade étnica do país, sobretudo de pretos, uma vez que, por exemplo, em um programa com temática esportiva com duração de 180 minutos, houve a exposição de pessoas pretas por dezesseis minutos e trinta e três segundos, os quais dez deles gastos expondo lutadores norte-americanos, restando ainda

173 minutos e alguns segundos do tempo de exibição para pessoas de outras cores (ver tabela 16). Desigualdades semelhantes entre brancos e não brancos na mídia já foram identificadas nos estudos desenvolvidos por (Araújo, 2010; Silva, Santos & Rocha, 2010). Esta desigualdade é recorrente, porquanto os coloca também em papéis de pouco prestígio social, ou que reproduzem lógicas de humilhação social, de modo que poucos irão se preocupar ou mesmo poderem reparar na beleza do porteiro, do motorista, do cozinheiro ou mesmo da doméstica, porquanto fazem às vezes de figurantes, com pouca visibilidade em seus papéis, incluem falas rápidas e pouco tempo de exposição, conforme evidenciado ao longo da coleta de dados e por meio de informações obtidas no próprio site das emissoras.

Além disso, uma possível invisibilização dos pretos na mídia pode estar atrelada a não abordagem de questões de cunho etnicoracial, conforme outros estudos realizados com a televisão pública identificaram omissão ou uma abordagem restrita ao tema (D'Adesky, 2010), de sorte que nas ETVA viu-se uma maior exploração do tempo de exibição de imagens de não-celebridades, para os quais a beleza não era instrumento de trabalho e se encontravam em condições que reafirmavam estereótipos da pobreza atrelada ao negro, ou da marginalidade e mesmo da violência (ver tabelas 12, 13 e 14).

A mídia, em geral, e a televisão, em específico, deve ser compreendida como uma importante propagadora de representações sociais sobre a beleza e a feiura, porquanto tornou-se o caminho privilegiado na divulgação e capitalização do culto ao corpo (Dantas, 2011), de uma forma comum, e da imposição dos padrões estéticos brancos, de forma específica (Martins, 2009). Logo, a ideia do culto ao corpo pode ser traduzida como o possível instrumento de adequação a valores idealizados, ligados à estética, ao comportamento e ao meio de conduzir à tão desejada felicidade (Dantas, 2011). O que é evidenciado também no presente estudo. Porquanto do total de 67 pessoas encontradas 41 delas eram celebridades, algumas em papéis de protagonistas e revezadas em diferentes papéis ao longo da programação de novelas, por exemplo.

Também notou-se que o tempo de exposição de celebridades pretas é superior ao de pretos não-celebridades na televisão, no entanto, adverte-se que tinha um propósito de evidenciar os seus talentos “natos”. As características regionais também são pouco abordadas, assim a figura que mais predomina nas imagens é a do preto carioca, morador do morro, que sabe tocar pagode ou samba, ou a da mulher que é “boa” de samba. Assim, dançarinas, pagodeiros e jogadores de futebol têm espaço, em partes, garantido quando o assunto é entretenimento (ver tabela 16). Esses estereótipos divulgados pela mídia que

reforçam os lugares de brancos e não brancos já foram abordados em outros trabalhos (Araújo, 2010; Lopes & Sant'Ana, 2014; Ramos & Filho, 2012; Silva, V. & Rosenberg, 2008).

Já em relação às novelas, alguns avanços foram observados, os atores que antes faziam papéis de pobre ou atendente, agora viraram repórter, guru das estrelas, o que era desempregado passou a interpretar um cabeleireiro. Mas em relação à descrição de traços pessoais pouca coisa muda, a menina ainda é tida como rebelde, o cozinheiro é visto como ingênuo e simpático, o garoto é tido como medroso. A jovem universitária é meia vilã, o pai é visto como um oportunista, o homem que ganha dinheiro por meio de trapaça e a mulher pobre que faz tudo por dinheiro (ver Tabelas 11 e 14).

Cabe ressaltar que se ainda há a invisibilização dos pretos, em geral, devido a sua restrita aparição na programação, a mulher preta é ainda mais invisibilizada, pois de toda a programação assistida, ela não chega a um terço dos que aparecem (ver tabelas 11 a 16). E dentre as celebridades contabilizadas, esse número chega a pouco mais que 10% do total, realidade evidenciada em outros trabalhos que se debruçaram sobre o tema (Silva, P., Santos & Rocha, 2008). E reproduzida nas respostas dos participantes do estudo I, porquanto citam apenas três celebridades classificáveis como bonitas (ver tabela 5). A Globo ainda detém a maior parcela dessas celebridades brasileiras, no entanto, o conteúdo e a forma como são representadas, pouco variou em relação às demais emissoras. Entre as exceções, foi encontrada a do SBT, com proporção de atores maiores que o da Globo (em um dia comum da semana), mas em tramas nas quais eles são o centro do enredo, aparecem discutindo problemas corriqueiros do dia a dia de qualquer família, como membros de uma classe média e como profissionais liberais. No entanto, da realidade exibida na tela para a realidade vivida no Brasil, acaba por colocá-los no patamar do ideal, uma vez que não são atores brasileiros, representam o perfil de classe média norte-americana, com a qual o Brasil já constrói outros tipos de hierarquizações, e em termos de penetração dessas imagens, viu-se que esta emissora, mesmo figurando entre as cinco mais assistidas, alcança índices de audiência menores em relação a sua principal concorrente conforme dados do (IBOPE 2014).

Por fim, pode-se afirmar que também há o reflexo da mídia nessas representações sobre a beleza e a feiura, não apenas ao eleger um determinado padrão corporal, mas também de uma cor para representar o feminino e o masculino, conforme pode ser constatado nos estudos que debatem a discriminação aberta pela qual passam os atores

pretos ao serem escalados para papéis nos diversos folhetins e até mesmo para comerciais televisivos (Araújo, 2010; Martins, 2009).

No entanto, no inconsciente racial, não se acusa tais distorções, pretos em papéis secundários quase sempre e brancos como protagonistas via de regra. Para ilustrar, recetemente, no período de sorteio da Copa Mundial de Futebol, correu boatos de que a atriz Camila Pitanga havia sido escalada juntamente com ator Lázaro Ramos para a cerimônia, porém, por exigência do comitê da Fédération Internationale de Football Association (FIFA), o casal foi substituído por outro, Fernanda Lima e Rodrigo Hilbert, ambos de cor branca, conforme destaca a reportagem da revista *Rolling Stones*⁵, ao que a organização negou prontamente que a motivação para a troca tenha sido racial, e encerrou a mídia num silêncio sobre o assunto e, dentre os leitores da matéria, a retomada de discursos naturalizadores de tais discriminações cerra o silenciamento de tais questões, evitando-se assim, apontar para os privilégios ou os ‘desprivilegio’ que a cor pode proporcionar, conforme apontado em outros estudos sobre a identidade branca (Bento, 2007; Carone, 2007; Schucman, 2012).

O silêncio em torno das desigualdades entre brancos e não brancos está presente também na mídia televisiva e já foi discutido nos trabalhos realizados por Silva, V. e Rosenberg (2008), mas também por Araújo, ao mencionar o fenômeno em telenovelas e denominá-lo como “estética ariana”, para marcar este tipo de posicionamento, como o efeito de proposições de hierarquização do “racismo científico”, que reafirma a supremacia branca, a partir da ideologia do branqueamento, um discurso que é revivido nas telas pela eleição exclusiva de louras como apresentadoras de programas infantis (Araújo, 2010).

⁵ Fonte: <<http://rollingstone.uol.com.br/noticia/no-brasil-spike-lee-critica-veto-da-fifa-lazaro-ramos-e-camila-pitanga-em-sorteio-da-copa-do-mundo/>>.

CAPÍTULO 5

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho investigou as representações sociais sobre a beleza e a feiura para brasileiros de diferentes grupos de cor da pele, a partir de celebridades expostas na mídia televisiva brasileira. A partir dos resultados obtidos, foi possível compreender o modo como pensam e julgam os objetos sociais estudados, mas também a tamanha importância do contexto midiático, porquanto norteia esse olhar, ao difundir representações sobre a beleza e a feiura pautada ainda em ideias de branqueamento e que tomam a branquitude como norma. Os resultados gerais apontam para uma valorização de uma estética branca européia (do norte) em oposição à beleza não branca.

Acredita-se que este trabalho evidencia uma das importantes contribuições para a área de estudos que trazem a beleza e a feiura como objetos de investigação, já que abordar as representações sociais sobre a beleza e a feiura nas preferências estéticas de diferentes etnias colabora para a compreensão de ações autorizadas por elas. Prontamente, a beleza já é vista por alguns autores como um atributo capaz de conferir, ao seu detentor, poder nas relações sociais (Camargo, Justo & Alves, 2011, Miskolci, 2006; Novaes, 2006; Novaes & Vilhena, 2003).

De tal modo, a ideia de uma mídia que legitima padrões de belo e de feio, remete, e muito, às inferências propostas por eugenistas ainda no início do século XX (Araújo, 2006; Flores, 2007). Observou-se uma mídia que dá pouca ênfase aos não brancos, sobretudo os pretos, ao colocá-los em papéis de pouco prestígio social, como aquele que irá romantizar a beleza do porteiro, do motorista, do cozinheiro, ou mesmo, da doméstica. Ainda explora a imagem de não-celebridades, para os quais a beleza não é instrumento de trabalho e reafirma o estereótipo do despossuído: de riqueza, de beleza, de bondade, de nobreza; e promove o que Lopes (2010) chama de “mídiação da miséria”, sob um falso manto de promoção dos marginalizados.

Nos estudos expostos ao longo deste trabalho, ficou evidenciada a persistência do legado do branqueamento na televisão, ao constatarem que, na mídia, a negritude ainda pouco é exibida, e suas especificidades regionais, de gênero e geracionais pouco são evidenciadas (Araújo, 2010; D’Adesky, 2010; Silva, P., Santos & Rocha, 2010). Assim, ao pensarem em um galã ou mocinha para as novelas, provavelmente os atores escalados serão não-negros, mas para vilões ou personagens cômicos, tanto faz ser negro ou não. É

nesta direção que a assimilação da ideologia do branqueamento perpassa até mesmo no futebol, norteando os comentários sobre os jogadores negros-mestiços e pretos, com o qual corrobora Araújo (2010, p.149), de que eles “são obrigados a suportar a permanente humilhação pelo estigma de suas aparências, sua “impura” feiura, nas inúmeras comparações com o jogador branco europeu, a exemplo das eleições dos homens mais bonitos das copas mundiais de futebol, que, naturalmente, escolhem o inglês David Beckham e outros homens brancos”. Assim, “Ronaldinhos Gaúchos” e “Neymars” da vida só poderiam de fato constar no imaginário social como homens feios.

Destarte, pode-se afirmar que a esta imagem da beleza associada à branquitude e da feiura associada a seu distanciamento, na qual se apegam os participantes quando inferem sobre a beleza e mesmo à feiura, pode sim estar associada às representações veiculadas de brancos e não brancos pela televisão brasileira. Além de apoiadas nos resultados encontrados por Silva, P., Santos e Rocha (2010), em um estudo no qual os autores observaram que nas imagens produzidas pela mídia televisiva também haviam aspectos de hierarquização entre brancos e não-brancos, e no estudo I encontrou-se aspectos semelhantes.

Ao longo do trabalho viu-se que, em alguns casos específicos, pardos também são recorrentemente citados, nas representações de beleza da amostra investigada. Entretanto, quando se referia à beleza feminina, o mesmo não ocorre, modelos brancas são vistas de modo unânime como mais bonitas. Quanto às análises dos léxicos, leva-se a concluir que a beleza vista em modelos brancas estava associadas a características que remetiam ao ideal de beleza nórdica, e o mesmo se estendia para as modelos pretas e pardas, vistas sob o quantitativo de traços mais próprios do grupo majoritário.

No entanto, é preciso destacar o papel da mídia na difusão de representações tanto da beleza quanto da feiura. Neste estudo observacional, identificou-se que menos de um terço das celebridades pretas expostas na televisão era composta por mulheres (atriz, cantora, apresentadora, jornalista), e nas representações dos participantes, apenas três celebridades femininas de cor preta foram mencionadas como belas. Mostrando, assim, que também há o reflexo da mídia nessas representações.

Acredita-se que a presença maciça de modelos brancos e brancas nas representações sobre a feiura possa ser atrelado ao desenvolvimento de uma postura dos participantes autodeclarados pretos, talvez por reconhecerem as representações que já são difundidas sobre seu grupo ou por uma postura mais politizada acerca do tema (já que alguns dados vieram de militantes de movimentos sociais pró-negro) e sobre os demais

grupos, ao ponto de cooperarem mais para que modelos brancos estivessem presentes nas representações sobre a feiura. Mesmo se valendo de outros estereótipos, como a exemplo do estudo de Novaes (2006) e de Goetz, Camargo, Bertoldo e Justo (2008), no qual os participantes atrelavam a gordura e a magreza como sinônimas da feiura. Já os participantes pardos, atrelavam proporcionalmente mais feiura aos modelos pretos do que a modelos brancos, um resultado que reforça ainda mais a ideia de assimilação de um racismo estético que coloca a brancura como sinônimo de beleza e de bondade, e a cor escura como ruim ou feia (Araújo, 2010; Silva, P., Santos & Rocha, 2010), uma vez que o binômio brancura-beleza e negritude-feiura foi mais evidenciado nas respostas destes participantes. Assim, também acredita-se que os resultados presentes neste estudo, poderiam ser lidos à luz da teoria da identidade social, uma vez que a dinâmica de atribuir beleza a seu grupo e feiura ao outro grupo, apareceu com maior frequência nas análises das respostas dos participantes, levando a compreensão de uma espécie de favoritismo endogrupal, comumente defendido na teoria da identidade social (ver Tajfel, 1982).

Também é preciso apontar para as limitações do presente estudo, embora não tenham sido contadas para as análises, a ausência das variáveis de sexo dos participantes limitou algumas das discussões, por não discriminarem, por exemplo, quem mais falava sobre determinado modelo (masculino ou feminino), bem como se as características citadas como parâmetro para medir a beleza partiram de participante do gênero masculino ou feminino. Entretanto, possibilitou que fossem mais evidenciados os fatores como pertencimento etnicoracial do participante. As classificações da cor da pele contidas neste estudo também são passíveis de limitações, uma vez que os juízes poderiam tendenciar suas respostas conforme o seu senso de etnia, o fato de não terem sido bem equacionados a quantidade de juízes para cada cor da pele (branca, preta e parda), poderia gerar outras classificações. A ausência de um critério fixo para a seleção das imagens de cada celebridade, pode ser um fator que envesou os julgamentos. Também em relação ao estudo sobre representação preta na televisão, o fato de não contabilizar as demais pessoas que estavam expostas limitou parcialmente as análises e a inferência de comparações. Embora cronometrar o tempo de aparição dessas pessoas tenha sido útil para evidenciar algumas desigualdades no que concerne o período de exposição de pessoas de cor preta e a duração total dos programas. O fato de não haver gravação desses programas também limitou o estudo, a apenas a cronometragem dada pelo pesquisador.

Em resumo, este trabalho trouxe importantes contribuições, pois mesmo já existindo estudos que trazem a beleza como objeto de análise, pouca relevância é dada a aspectos de desigualdades raciais a que remetem tais padrões estéticos. E chegamos a importantes resultados, dentre eles nota-se que modelos femininos são mais associadas à beleza do que os modelos masculinos (exceto entre os pardos) o que corrobora com conclusões anteriores sobre a associação da beleza ao feminino (Bôas, 2012; Camargo, Goetz, Bousfield, & Justo, 2011; Novaes, 2006; Schlösser, 2014; Secchi, 2006). Os modelos masculinos, em geral, são mais lembrados nas representações sobre a feiura, e homens pretos, em específico, foram mais mencionados nas representações sobre a feiura do que em relação às representações de beleza (ver tabela 2 e 4). Não somente modelos femininos são mais recorrentes, como também houve relação direta entre a cor da pele e a associação com a beleza para as modelos brancas, sobretudo dentro do próprio grupo de participantes de cor da pele branca. E dentre participantes pretos houve uma parcela que efetuava movimento contrário ao de negar beleza aos modelos femininos e masculinos de cor preta.

Por fim, se pode dizer que a famosa frase do senso comum “*A beleza está nos olhos de quem vê*” está correta, já que quem “vê”, enxerga com os olhos da cultura na qual está inserido. Do mesmo modo que podemos concluir que as representações elaboradas sobre a beleza e a feiura pelos participantes do primeiro estudo podem ser associadas a uma assimilação de padrões de beleza e feiura ditados pelas então ETVA dominantes. Isso levou a evidenciar um fenômeno mais amplo – o das desigualdades imaginéticas entre brancos e não brancos na mídia televisiva brasileira, ou seja, de um possível racismo estético. Igualmente parafraseando Dewey (2008), pode-se dizer que se a beleza está nos olhos de quem vê, existem os que podem se ver e serem vistos mais que os outros.

Em suma, este trabalho, longe de esgotar o universo que é o campo que se constrói dos estudos em representações sociais, procurou dar a sua parcela de contribuição no que se refere aos objetos beleza e feiura. E que, de certo modo, evidenciou a influência da mídia na difusão de padrões de beleza e a pouca ênfase na estética negra, ao valorizar e expor em maior quantidade um tipo único de estética – a saber, a branca européia. Estudos para investigar o efeito da exposição aos conteúdos imagéticos divulgados e a postura frente a padrões e às desigualdades estéticas podem ser um projeto útil para compreender aspectos que não se conseguiu capturar, porquanto o instrumento empregado não possibilitou este alcance, mesmo o desenho empregado. Além disso, da

associação destes conteúdos televisivos à percepção das identidades etnicoraciais, sejam elas brancas, pretas ou pardas, verificou-se qual seria a percepção sobre a beleza e a feiura ao ser exposto a conteúdo onde predomina atores de composições étnicas variadas. Porquanto, como saber que sua aparência física se adequa ou não aos padrões estéticos vigentes? Ou mesmo saber que se seu grupo torna-se parâmetro de beleza para os demais, levaria a estas pessoas a terem um gasto mais elevado com a própria aparência? São questões que poderiam ser respondidas com outros estudos.

Portanto, o espelho desigual pelo qual brancos e não brancos se veem, devido às assimetrias criadas ainda no período de dominação colonial, e da criação de teorias para justificar tais hierarquizações as quais tomavam a estética como sua tecnologia, não está perto de ser um tema esgotado, já que na ótica de alguns autores, a superação de muitas dessas desigualdades pode se dar pela dimensão estética (Araújo, 2010; D'Adesky, 2010; Rocha & Barbosa, 2014; Schucman, 2012), e, se não de todas as desigualdades, ao menos da postura em relação à imagem que se tem das minorias.

REFERÊNCIAS

- Abric, J. C. (1998). A abordagem estrutural das representações sociais. Em A. S. P. Moreira & D. C. Oliveira (Eds.). *Estudos interdisciplinares de representação social* (pp. 27-46). Goiânia: AB. Allport, G. W. (1954). *The nature of prejudice*, New York: Basic Books.
- Alencastro, L.F. (1997). Vida privada e ordem privada no Império. Em F.A. Novais (coord.) L.F. Alencastro (Org.), *História da Vida Privada no Brasil: Império*, v.2, (pp.11-94). Companhia das Letras, São Paulo.
- Alencastro, L.F. & Renaux, M.L. (1997). Caras e modos dos migrantes e imigrantes, Em F.A. Novais (coord.) L.F. Alencastro (Org.), *História da Vida Privada no Brasil: Império*, v.2, (pp.291-336). Companhia das Letras, São Paulo.
- Alexandre, M. (2001), “O papel da mídia na difusão das representações sociais”. *Comum*, 6, (17), Rio de Janeiro, Retirado em: 23 de setembro de 2013, do site:<<http://www.sinpro-rio.org.br/imagens/espaco-do-professor/sala-de-aula/marcos-alexandre/opapel.pdf>>.
- Almeida, A. (2009). Abordagem societal das representações sociais. *Sociedade e Estado*, 24, (3), (pp.713-737).
- Almeida, A.M.O. & Santos, M.F.S. (2011). A teoria das representações sociais. Em C. Torres & E.R. Neiva (orgs.) *Psicologia Social: principais temas e vertentes*. Porto Alegre: Artmed.
- American Psychological Association (2009). *Publication manual of the American Psychological Association*, (6ª ed.). Washington, DC: British Library.
- Anderson-Fye, E.P. (2012). Anthropological Perspectives on Physical Appearance and Body Image. Em Thomas F. Cash, (ed.). *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance*, Vol 1. (pp. 15–22) San Diego: Academic Press.
- Araújo, J.Z. (2006). A força de um desejo: a persistência da branquitude como padrão estético audiovisual. *Revista USP*, n.69, (pp.72-79). Retirado em 21 de dezembro de 2014, do site: <www.usp.br/revistausp/69/07-joelzito.pdf>.
- Araújo, J.Z. (2010). Onde está o negro na TV pública brasileira? Em J.Z. Araújo & A.F.M. Pinto & et.al. (Orgs.). *O negro na TV pública*. Brasília: FCP.
- Azevedo, Thales (1996). *As elites de cor numa cidade brasileira: um estudo de ascensão social & classes sociais e grupos de prestígio*. Salvador: EDUFBA/EGBA.
- Backman, B.J. (2009). “Passarão por mestiços”: o bronzamento nas praias cariocas, noções de cor e raça e ideologia racial, 1920-1950. *Afro-Ásia*, 40, (pp.173-221).
- Barbujani, G. (2007). *A invenção das raças*. (Rodolfo Ilari (trad.)). São Paulo: Contexto.
- Bento, M.A.S. (2007). Branqueamento e Branquitude no Brasil, Em I., Carone & M.A.S. Bento (Orgs.). *Psicologia social do racismo: estudos sobre branquitude e branqueamento no Brasil*, (pp. 25-58), Petrópolis: Vozes.
- Bernd, Z. (1984). *A questão da negritude*. São Paulo: Brasiliense.

- Bôas, L.M.S. (2012). *Beleza e cirurgia estética: representações sociais de estudantes universitários*. Dissertação de Mestrado, Florianópolis, SC: Universidade Federal de Santa Catarina.
- Bolognesi, M.F., Portich, A. & da Silva, A.S.Z. (2012). *Estética: história de um conceito, visões contemporâneas e educação estética*, [on-line], Retirado em: 02 de agosto de 2014, do site: <<http://www.acervodigital.unesp.br>>.
- Borges, E., Medeiros, C.A. & D'Adesky, J. (2002). Raça e discriminação. Em Loconte, W. (coord.), *Racismo, preconceito e intolerância*, São Paulo: Atual.
- Borges, L.C. (2006). 100% negro, camisetas, insígnias e utopias sociais. *Rev. Imaginário*, v. 12, n. 13, 57-81, Retirado em: 18 de março de 2013, do site: <www.revistas.usp.br/ima/article/view/42417>.
- Brah, A. (2006). Diferença, diversidade, diferenciação, *Cadernos Pagu*, vol.26, (pp.329-376). Retirado em: 19 de abr. 2013, do site: <www.scielo.br/scielo>.
- Cabecinhas, R. (2004). Representações sociais: relações intergrupais e cognição social. *Paidéia*, 14 (28), 125-137. Retirado em: 21 de abr. 2013, do site: <www.scielo.br>.
- Camargo, B.V. & Justos, A.M. (2013). IRAMUTEQ: Um Software Gratuito para Análise de Dados Textuais, *Temas em Psicologia*, Vol. 21, nº 2, (pp.513-518) [versão digital].
- Camargo, B.V., Justo, A.M., Alves, C.D.B. & Schlösser, A. (2013). Efeitos de contexto e comunicação nas representações sociais sobre o corpo. *Psicologia e saber social*, 2 (1), (pp.33-50).
- Camargo, B. V., Goetz, E. R., Bousfield, A. B. & Justo, A. M. (2011a). *Representações sociais do corpo: estética e saúde*. *Temas Psicol.* [online], vol.19, n.1, (pp. 257-268). Retirado em: 21 de set. 2013, do site: <<http://pepsic.bvsalud.org>>.
- Camargo, B. V., Justo, A. M. & Alves, C. D. B. (2011b). *As funções sociais e as representações sociais em relação ao corpo: uma comparação geracional*. *Temas Psicol.* [online]. 2011, vol.19, n.1, (pp. 269-281). Retirado em: 21 de set. de 2013, do site: <<http://pepsic.bvsalud.org>>.
- Camino, L., Silva, P. Machado, A. & Pereira, C. (2001). A Face Oculta do Racismo no Brasil: Uma Análise Psicossociológica. *Revista Psicologia Política*, 13-36. Retirado em: 24 de nov. 2011, do site:<<http://www.fafich.ufmg.br>>.
- Camino, L. & Torres, A.R. (2011). Origens e desenvolvimento da Psicologia Social. Em Camino, L. & Torres, A.R. (Orgs.). *Psicologia Social: temas e teorias*, Brasília: Technopolitik.
- Carone, Iray (2007). Breve histórico de uma pesquisa psicossocial sobre a questão racial brasileira. Em I. Carone & M.A.S. Bento (Orgs.). *Psicologia social do racismo: estudos sobre branquitude e branqueamento no Brasil*, (pp.13-24), Petrópolis: Vozes.
- Carneiro, S. (1995). Gênero, raça e ascensão social, *Revista Estudos Feministas*, v. 3, n.2, Universidade Federal de Santa Catarina, 1995, (pp.544-552). Retirado em: 10 set. 2010, do site: <<http://www.ieg.ufsc.br>>.

- Carvalho, J.J. (2000). *Racismo fenotípico e estética da segunda pele*, *Revista cinética*, [s/n]. Retirado em: 22 mai. 2013, do site:<www.revistacinetica.com.br>.
- Chaves, M.L.B. (2008). *O negro na mídia brasileira*. Monografia, Brasília, DF: Centro Universitário de Brasília.
- Costa, R.G.(2009). Mestiçagem, racialização e gênero. *Sociologias*, 11(21), (pp.94-120).
- Coutinho, C.L R. (2005). *Estética Negra: o jornal como fonte de pesquisa*, Programa de Pós- Graduação em História regional e local, Universidade do Estado da Bahia. Retirado em: 09 ago. 2010, do site: <<http://www.alb.com.br>>.
- Coutinho, L.L. (2010). *Antônia sou eu, Antônia é você: identidade de mulheres negras na televisão brasileira*. 189 fls., (Dissertação de Mestrado), Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- Creswell, J. W. (2007). *Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto*, (Luciana de Oliveira da Rocha, trad.), Porto Alegre: Artmed.
- D'Adesky, J. (2010). Uma televisão pública e plural para o século XXI. Em J.Z. Araújo & A.F.M. Pinto & et.al. (Orgs.). *O negro na TV pública*, (pp.163-166). Brasília: FCP.
- D'Adesky, J. (2001). *Pluralismo étnico e multi-culturalismo*. Rio de Janeiro: Pallas.
- Dantas, J.B. (2011). Um ensaio sobre o culto ao corpo na contemporaneidade. Estudos e pesquisa em psicologia, v.11, (3), (pp.898-912). Rio de Janeiro. ISSN1808-4281 [online].
- Deschamps, J.C. & Moliner, P. (2009). *A identidade em psicologia social: dos processos identitários às representações sociais*, (L.M.E. Orth, trad.), Petrópolis, RJ: Vozes.
- Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (2005). *Anuário dos Trabalhadores: 2005*, (6ª.ed.), São Paulo: Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos. Retirado em: 24 de nov. 2011, do site: <<http://www.mte.gov.br>>.
- Diwan, Pietra Stefania (2002). Do feio ao belo: os caminhos da desumanização. *Projeto História*, 25, (pp.423-431). São Paulo.
- Domingues, P.J. (2002). Negros de alma branca? A ideologia do branqueamento no interior da comunidade negra em São Paulo, 1915-1930. *Estudos Afro-Asiáticos*, ano 24, n. 03, (pp.563-599). Retirado em: 15 de maio 2013, no site:<www.scielo.com.br>.
- Dubar, C. (2005). *A socialização: construção das identidades sociais e profissionais*, Andréa Stahel M. da Silva (trad.), São Paulo: Martins Fontes.
- Eco, U. (2007). *História da beleza*. Rio de Janeiro: Record.
- Edmonds, A. (2002). No universo da beleza: notas de campo sobre cirurgia plástica no Rio de Janeiro. Em Goldenberg, et. al. (Orgs.). *Nu & Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*, Rio de Janeiro: Record.

- Farias, P. (2002). Corpo e classificação de cor numa praia carioca. Em Goldenberg, et. al.(Orgs.). *Nu & Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*, Rio de Janeiro: Record.
- Fernandes, F. (1972). *O negro no mundo dos brancos*. São Paulo: Difusão Européia do Livro.
- Fernandes, S., Costa, J., Camino, L. & Mendoza, R. (2007). Valores Psicossociais e Orientação à Dominação Social: Um estudo Acerca do Preconceito, *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 20, (3), 490-498, 2007. Retirado em: 10 de jan. 2012, do site: <www.scielo.br/prc>.
- Ferreira, B. W. (2000). Análise de conteúdo. *Aletheia*, n. 11, (pp. 13-20), Canoas- RS.
- Ferreira, R.F., & Mattoss, R.M. (2007). O afro-brasileiro e o debate sobre o sistema de cotas: um enfoque psicossocial. *Psicologia Ciência e Profissão*, v.27, n.1. Retirado em: 22 de maio. 2013, do site: <<http://www.scielo.br>>.
- Figueiredo, A. (2002). “*Cabelo, cabeluda, descabelada*”: identidade, consumo e manipulação da aparência entre os negros brasileiros, Trabalho apresentado na XXVI Reunião Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais, Caxambu, MG.
- Flores, M.B.R. (2007). *Tecnologia e estética do racismo: ciência e arte na política da beleza*, Chapecó: Argos.
- Fontanella, B. J. B., Ricas, J., Turato, E. R. (2008). *Amostragem por saturação em pesquisas qualitativas na saúde; contribuições teóricas*. Cad. Saúde Pública, Rio de Janeiro, 24 (1), 17-27, jan. Retirado dia: 02 de fevereiro de 2011, do endereço: <<http://www.scielosp.org>>.
- França, D.X. (2013). A socialização e as relações interétnicas, Em L. Camino, et al (Orgs.), *Psicologia social: temas e teoria*, 2 ed. Revista e ampliada, (pp. 541-587), Brasília: Technopolitik.
- França, D.X. (2011). Concepções sobre o próprio e outro grupo: Um estudo sobre estereótipos em crianças índias, mulatas, negras e brancas. Em E.M., Techio, M.E.O., Lima (Orgs.). *Cultura e produção das diferenças: estereótipos no Brasil, Espanha e Portugal*. Brasília: Technopolitik.
- Fredrickson, George, M. (2002). *Racism – a short history*, (Miguel Ramallete, trad.), Princeton University.
- Freyre, G. (1900-1987/2003). *Casa-grande & senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal* (Introdução à história da sociedade patriarcal no Brasil 1), 481 ed. rev., São Paulo: Global.
- Fry, P. (2002). Estética e política: relações entre “raça”, publicidade e produção da beleza no Brasil. Em Goldenberg & et. al. (orgs.) *Nu & Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*, Rio de Janeiro: Record.
- Gaskell, G. (2010). *Entrevistas individuais e grupais*, Em M. W. Bauer, G. Gaskell (orgs.), *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático* (8 ed.), (Pedrinho A. Guareschi, trad.). Rio de Janeiro: Vozes.

- Godim, M. G. (2003). *Grupos focais como técnica de investigação: desafios metodológicos*. Paidéia, v. 12, n. 24, (pp. 149-161), Salvador: Universidade Federal da Bahia. Retirado dia: 24 de setembro de 2012, do endereço: <<http://www.scielo.br>>.
- Goetz, E.R. (2009). *Representações sociais do corpo, mídia e atitudes*. (Tese de Doutorado), Florianópolis, SC: Programa de Pós-graduação em Psicologia. Universidade Federal de Santa Catarina.
- Goetz, E. R., Camargo, B. V., Bertoldo, R. B. & Justo, A. M. (2008). Representação social do corpo na mídia impressa. *Psicol. Soc. [online]*, vol.20, n.2, (pp. 226-236). Retirado dia: 21 de setembro de 2013, do endereço: <<http://www.scielo.br>>.
- Guareschi, P.A. (2007). Psicologia social e representações sociais: avanços e novas articulações, Em: Guareschi, P.A. & Veronese, M.V. (Orgs.), *Psicologia do cotidiano: representações sociais em ação*, (pp.17-40), Petrópolis, RJ: Vozes.
- Guimarães, A.S.A. (1999). Raça e os estudos de relações raciais no Brasil, *Novos Estudos*, n. 54, (pp. 147-156), CEBRAR.
- Guimarães, A.S.A. (2004). Preconceito de cor e racismo no Brasil, *Revista de Antropologia*, vl. 47, n. 01, São Paulo: USP.
- Goldenberg, M. & Ramos, M.S.(2002). A civilização das formas: o corpo como valor. Em M. Goldenberg & et. al. (orgs.). *Nu & Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*. Rio de Janeiro: Record.
- Gomes, J.P. (2010). *Beleza e carreira no Brasil: o significado da beleza para jovens executivas e seu papel no mercado*. (Dissertação de Mestrado) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo, São Paulo.
- Gomes, N.L. (2003). Educação, identidade negra e formação de professores/as: um olhar sobre o corpo negro e o cabelo crespo. *Educação e Pesquisa*, v.29, n, 01, 167-182. Retirado em: 14 abr. 2013, do site:<www.scielo.com.br>.
- Hofbauer, Andreas (2006). *Uma história do branqueamento ou o negro em questão*. São Paulo: Editora UNESP.
- Instituto Brasileiro Geográfico e Estatístico (IBGE) (2010). *Censo Demográfico 2010*, Retirado em: 20 de set. de 2013, do site:<<http://www.censo2010.ibge.gov.br>>.
- Iraci, N. & Sanematsu, M. (2004). Mídia e Racismo: a que se destina? Como a imprensa escrita brasileira cobriu a III Conferência Mundial contra racismo, discriminação racial, xenofobia e formas correlatas de intolerância, Em Carraça, F. & Borges, R.S. (orgs.), *Espelho infiel: o negro no jornalismo brasileiro*, (pp.135-160), São Paulo: Imprensa oficial do Estado de São Paulo: Sindicato dos Jornalistas no Estado de São Paulo.
- Japiassú, H. & Marcondes, D. (2001). *Dicionário básico de Filosofia*, 3ª Ed. revista e atualizada. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- Jodelet, D. (2001). Representações sociais: Um domínio em expansão (L. Ulup, Trad.). In: D. Jodelet (Org.), *As representações sociais* (pp.187-203). Rio de Janeiro: Eduerj.

- Jodelet, D. (1993). Représentations sociales: un domaine en expansion, Em Jodelet, D. (Ed.) *Les représentations sociales*, Tarso Bonilha Mazzotti, (trad.), Paris: PUF, (pp. 31-61), Rio de Janeiro: UFRJ- Faculdade de Educação, (publicado originalmente em 1989);
- Justo, A.M. (2011). *Representações sociais sobre o corpo e implicações do contexto de inserção desse objeto*. (Dissertação de Mestrado), Florianópolis, SC: Universidade Federal de Santa Catarina.
- Justo, A.M. & Camargo, B.V. (2013). Cuerpo y cognición social. *Liberabite*, v. 19 (01), 21-32. ISSN 2223-7666 [versão digital].
- Kobayashi, E.; Faria, L. & Costa, M.C. (2009). Eugenia e Fundação Rockefeller no Brasil: a saúde como proposta de regeneração nacional, *Sociologias*, ano 11, nº 22, (pp. 314-351), Porto Alegre.
- Lee-Manoel, C.L.; Morais, M.L.S.; Bussab, V.S.R. & Otta, E. (2002). Quem é bom (e eu gosto) é bonito: efeitos da familiaridade na percepção de atratividade física em pré-escolares, *Psicologia Reflexão e Crítica*, 15(2), (pp. 271-782).
- Lima, M. E. O. (2002). *Normas Sociais e Racismo: Efeitos do Individualismo Meritocrático e do Igualitarismo na Infra Humanização dos Negros*, (Tese de Doutorado), Instituto Superior de Ciências do Trabalho da Empresa - ISCTE. Retirado em: 03 de out. 2012, do site: <www.marcuseugenio.wordpress.com>.
- Lima, M. E. O., & Vala, J. (2004). As novas formas de expressão do preconceito e do racismo. *Estudos de Psicologia*, 9, (3), (pp.401-411). Retirado em: 22 de jan. de 2012, do site: <www.biblioteca.planejamento.gov.br>.
- Lima, M.E.O., & Vala, J. (2005). The colour of success: Effects of the social and economical performance on the whitening and on the infrahumanization of Blacks in Brazil. *Psicologia USP*, 16 (3), 143-165. Retirado em: 16 de fev. 2013, do site: <www.scielo.com.br>.
- Lima, M.E.O. (2011). Da diferença à indiferença: Racismo contra Índios, Negros e Ciganos no Brasil. Em Techio, E.M. & Lima, M.E.O. (orgs.). Brasília: Technopolitik.
- Leite, F. T. (2008). *Metodologia Científica: métodos, técnicas de pesquisa: monografias, dissertações, teses e livros*, Aparecida, São Paulo: Ideias & Letras.
- Lopes, N. (2010). A tevê que nós queremos. Em J.Z. Araújo & A.F.M. Pinto & et.al. (Orgs.). *O negro na TV pública*, (pp.155-158). Brasília: FCP.
- Lopes, C.R. & Sant'Ana, J.V. (2014). A imagem do negro em produtos de beleza e a estética do racismo. Anais do II Seminário de Ensino Pesquisa e Extensão na Graduação. Retirado em: 17 de fev. de 2015, do site: <<http://www.anais.ueg.br/index.php/sepeg/article/view/3296>>.
- Louhau, S. (2012). Text Mining Methods: An answer to Chartier and Meunier, *Papers on Social Representations*, Volume 20, 38.1-38.7. Peer Reviewed Online Journal, ISSN 1021-5573.

- Maggie, Y. (1996). “Aqueles a quem foi negada a cor do dia”: a categoria cor e raça na cultura brasileira, Em Maio, M.C., & Santos, R.V. (Orgs.), *Raça, ciência e sociedade*, Rio de Janeiro: FIOCRUZ/CCBB.
- Malysse, E. (2002). Em busca dos (H)alteres-ego: olhares franceses nos bastidores da corpolatria carioca. Em Goldenberg (et. al.) Nu & Vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca, Rio de Janeiro: Record.
- Mello, M. P.A. & Peixoto, C.BT. (2015). “A vida ganha outros sentidos e mais cor quando elas fazem a festa” mulheres negras, resistência e ruptura nas comunidades negras urbanas. Em I.C. Silva, M. Pignatelli & S. M.Viegas (coords.) Livro de Atas do 1º Congresso da Associação Internacional de Ciências Sociais e Humanas em Língua Portuguesa 2015.
- Miskolci, R. (2006). Corpos elétricos: do assujeitamento à estética da existência. *Estudos Feministas*, v.14 (3): 272, (pp.681-693). Retirado em: 14 de abr. 2013, do site: <www.periodicos.ufsc.br>.
- Moscovici, S. (2010). *Representações sociais: investigações em psicologia social*, Pedrinho A. Guareschi (trad.), 7ª Ed., Petrópolis – Rio de Janeiro: Vozes.
- Moscovici, S. (2001). Das representações coletivas às representações sociais: elementos para uma história. Em: Jodelet, D. (org.), *As representações sociais*, Lilian Ulup (Trad.), Rio de Janeiro: UERJ.
- Moura, C. (1994). A dinâmica político ideológica do racismo no novo contexto internacional. *São Paulo em perspectiva*: São Paulo. Retirado em: 22 de fev. 2013, do site:<<http://www.seade.gov.br>>.
- Munanga, K. (2001). Políticas de ação afirmativa em benefício da população negra no Brasil: um ponto de vista em defesa das cotas, *Sociedade e cultura*, Vol. 4, n. 2, (pp.31-43), Universidade Federal de Goiás. Retirado em: 10 de jan. 2012, do site: <www.revistas.ufg.br>.
- Nascimento-Schulz, C.M. & Camargo, B.V. (2000). *Temas em Psicologia da SBP*, Vol. 8, n.3, (pp. 287-299). ISSNUI3-IB9X, [versão impressa].
- Neto, P.P. & Capone, S.N.C. (2007). The medicalization of beauty. *Interface, comunic, saúde e educ.*, v. 11, n. 23, 569-584. Retirado em: 05 de jan. 2014, do site: <www.scielo.com.br>.
- Nogueira, O. (2007), “Preconceito racial de marca e preconceito racial de origem: sugestão de um quadro de referência para a interpretação do material sobre relações raciais no Brasil”. *Tempo soc.*, 19, (1), (pp.287-308).
- Novaes, J.V. (2006). *O intolerável peso da feiúra: sobre as mulheres e seus corpos*, Rio de Janeiro: Ed. PUC - Rio: Garamond.
- Novaes, J.V. & Vilhena, J. (2003). De Cinderela à moura torta: sobre a relação mulher, beleza e feiúra. *Interações*, vol. 8, n. 15, (pp. 09-36). Retirado em: 01 de out. 2013, do site:< www.pepsic.bvsalud.org/>.

- Nunes, S.S. (2010). *Racismo contra negros: um estudo sobre o preconceito sutil*. (Tese de Doutorado) – Instituto de Psicologia. Universidade Federal de São Paulo, São Paulo.
- Oliveira, A.C.D. (2007). *Novas imagens, velhos conceitos: a produção de imagens de moda no Brasil e a visibilidades dos modelos negros*. (Dissertação de Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia do Instituto de Filosofia e Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.
- Paim, A.S. (2007). *Aparência física, Estereótipos e inserção profissional: um estudo sobre a profissão de Secretariado Executivo segundo a percepção das estudantes de secretariado*. (Dissertação de Mestrado) - Programa de Pós-Graduação. Universidade Federal da Bahia, Salvador.
- Paim, A. S.; Pereira, M. E. (2011). *Aparência física, estereótipos e discriminação racial*, In: Ciências & Cognição, vol. 16 (1), (pp.02-018), Salvador. Retirado em: 15 de jan. 2012, do site: <www.cienciasecognicao.org>.
- Paula, R.C. (2010). “*Não quero ser branca não. Só quero ter um cabelo bom, cabelo bonito!*”: performances de corpo/cabelo em adolescentes negras em práticas informais de letramento. (Tese de Doutorado) – Instituto de Estudos da Língua. Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP.
- Paulilo, M. A. S. (1999). *A pesquisa qualitativa e a técnica de história de vida*, *Serv. Soc. Rev.* v. 2, n. 1, p. 1-153, jul./dez., Londrina: Universidade Estadual de Londrina. Retirado em: 25 de set. 2011, no site: <<http://www.uel.br>>.
- Pereira, D.R. (2011). O sociológico da coesão social: o legado de Durkheim no conceito de representações sociais, Artigo não publicado.
- Pinho, O.A. (2002). *Deusas do ébano: a construção da beleza negra como uma categoria nativa da reafrikanização em Salvador*, Trabalho apresentado na XXVI Reunião Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais, Caxambu, MG.
- Piza, Edith (2007). Porta de vidro: entrada para a branquitude. Em I., Carone & M.A.S. Bento (Orgs.). *Psicologia social do racismo: estudos sobre branquitude e branqueamento no Brasil*, (pp.59-90), Petrópolis: Vozes.
- Pontifícia Universidade Católica de Goiás – Departamento de Psicologia (2010). *Normas para a elaboração de trabalhos de conclusão do curso de Psicologia* –PUC – Goiás.
- Poole, Maurita N. (2013). "Brown Skin Is Half is Beauty": Representations of Beauty and the Construction of Race in Contemporary Cairo. (Dissertation) - Emory U., US.
- Poran, Maya A. (2006). The Politics of Protection: Body Image, Social Pressures, and the Misrepresentation of Young Black Women. *Sex Roles, Vol 55* (11-12), (pp.739-755). ISS- 1573-2762 [on-line].
- Porignat, P. (1998). Raça, Etnia, Nação – os debates do século XIX. Em *Teorias da Etnicidade: seguido de grupos étnicos e suas fronteiras*, São Paulo: editora UNESP.
- Ramos, & Filho, (2012). Mídia e preconceito em propagandas: um panorama sobre a propagação de estereótipos e discriminação contra negros (as) pelos meios de

- comunicação. Em G.R., Filho; C.C., Oliveira & J.G., Nascimento, (orgs.). *Formação inicial, história e cultura africana e afro-brasileira: desafios e perspectivas na implementação da Lei federal 10.639/2003*, (pp.132-142). Uberlândia-MG: Editora Gráfica Lops.
- Ratinaud, P., & Marchand, P. (2012). Application de la méthode ALCESTE à de “gros” corpus et stabilité des “mondes lexicaux”: analyse du “Cable-Gate” avec IraMuTeQ. *Actes des 11eme Journées internationales d’Analyse statistique des Données Textuelles*, (pp. 835-844). Liège, Belgique. Retirado em: 23 de out. 2013, do site:<<http://lexicometrica.univ-paris3.fr>>.
- Rede Globo de Comunicação (2013). *Amor à Vida: personagens*. Retirado em: 21 de dez. de 2013, do site: <<http://gshow.globo.com>>.
- Rede Globo de Comunicação (2013), *Caldeirão do Huck: Luciano Huck*. Retirado em: 21 de dez. de 2013, do site:<<http://gshow.globo.com/programas>>.
- Rede Globo de Comunicação (2013), *Domingão do Faustão: créditos do Domingão do Faustão*. Retirado em: 21 de dez. de 2013, do site: <<http://gshow.globo.com/programas>>.
- Rede Globo de Comunicação (2013), *Esquenta: Regina Casé*. Retirado em: 21 de dez. de 2013, do site: <<http://gshow.globo.com/programas>>.
- Rede Globo de Comunicação (2013), *Mais Você: Ana Maria Braga*. Retirado em: 21 de dez. de 2013, do site: <<http://gshow.globo.com/programas>>.
- Rezende, C. B., & Maggie, Y. (2001). Raça como retórica: a construção da diferença, In: *Raça como retórica: a construção da diferença*, Rio Janeiro: Civilização Brasileira.
- Rocha, M.H.S. (2011). *De 1960 a 2009: a evolução dos padrões corporais a partir das tendências de moda Um estudo de Claudia e Nova*. (Monografia) – Faculdade de Brasília, Brasília.
- Richardson, Jennifer Lynne (2013). *Image slavery and mass media pollution: Examining the sociopolitical context of beauty and self image in the lives of Black women* (Dissertação) - Loyola U Chicago, US.
- Rocha, N.G. & Barbosa, W. (2014). Ori-oficinas de tranças: reflexão sobre práticas pedagógicas e circulação de ideias na diáspora africana, trabalho apresentado no 8º Congresso Brasileiro de Pesquisadores (as) Negros(as), Belém-PA. Retirado em: 21 de ago. de 2014, do site:< <http://www.copene.org/conteudo/view> >.
- Rosa, A. S. de, (2014). *Be beautiful! Social representations of beauty in addition, aesthetic surgery in young people from three European countries, Brazil and china*. Em: Fundação Carlos Chagas (org.). *Anais da 12ª Conferência Internacional de Representações Sociais e IV Colóquio Luso-Brasileiro de Educação, Saúde e Representações Sociais* (pp.2428-2436), ISBN: 978-85-60876-01-3.
- Saffioti, H. I. B. (1987). *O poder do macho*, São Paulo: Moderna.
- Sampaio, R.P.A. & Ferreira, R.F. (2009). Beleza, identidade e mercado, *Psicologia em Revista, Belo Horizonte*, v. 15, n. 1, p. 120-140. [Versão on-line].

- Sant'Anna, D. B. (2005). Cuidados de si e embelezamento feminino: fragmentos para uma história do corpo no Brasil. Em: Sant'Anna, D. B. (org.), *Políticas do corpo*, São Paulo: Estação Liberdade.
- Santos, E.V. & Silva, P. (2011). *Representações sociais da estética negra*, Trabalho apresentado no 7º Congresso Norte-Nordeste de Psicologia, Salvador. Retirado em 21 de abr. de 2013, do site: < <http://www.conpsi7.ufba.br/> >.
- Santos, J. R. (1984). *O que é racismo?* (Coleção Primeiros Passos: Abril Cultural), Rio de Janeiro: Brasiliense.
- Schlösser, A. (2014). *Representações sociais da beleza física e sua influência no estabelecimento de amizades e relacionamentos amorosos*. Dissertação de Mestrado, Florianópolis, SC: Universidade Federal de Santa Catarina.
- Schucman, Lia Vainer (2012). Entre o “encardido”, o “branco” e o “branquíssimo”: raça, hierarquia e poder na construção da branquitude paulistana, Tese de Doutorado, Programa de Pós-Graduação em Psicologia da Universidade de São Paulo.
- Schwarz, L.M. (1993). *O espetáculo das raças: cientista, instituições e questão racial no Brasil (1870-1930)*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Secchi, K. (2006). *Representação social e imagem do corpo feminino*, Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-graduação em Psicologia da Universidade Federal de Santa Catarina. Retirado dia: 21 de setembro de 2013, do endereço: <www.repositorio.ufsc.br>.
- Secchi, K.; Camargo, B.V.B., & Bohn, R. (2009). Percepção da imagem corporal e representações sociais do corpo, *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, vol. 25, n.2, (pp.229-236). Retirado em: 22 mai. 2013, do site: <www.scielo.com.br>.
- Sengupta, Rhea (2006). Reading Representations of Black, East Asian, and White Women in Magazines for Adolescent Girls. *Sex Roles* 54(11-12), (pp.799–808).
- Sentilles, R. M.; Callahan, K. (2012). Beauty over the centuries - Female. Em: Cash, Thomas F. (Ed), *Encyclopedia of body image and human appearance* (Vol. 1). (pp. 43-49). San Diego, CA, US: Elsevier Academic Press, XXVIII.
- Silva, P., & Santos, E.V. (2013). *Estética negra: vivência da identidade e negritude*, Manuscrito submetido à publicação.
- Silva, P. & Santos (2011). *Identidade racial: a influência da estética capilar em mulheres negras*, Trabalho apresentado no 7º Congresso Norte-Nordeste de Psicologia, Salvador. Retirado em 21 de abr. de 2013, do site: < <http://www.conpsi7.ufba.br/> >.
- Silva, P.V.B., Santos, W.O. & Rocha, N.G. (2010). Racismo discursivo, legislação e proposições para a televisão pública. Em J.Z. Araújo & A.F.M. Pinto & et.al. (Orgs.). *O negro na TV pública*. Brasília: FCP.
- Silva, P.V.B. & Rosemberg, F. (2008), Brasil: lugares de negros e brancos na mídia. Em T. A.V., Dick (org.), *Racismo e discurso na América*, São Paulo: Contexto.
- Silva, P.V.B., Santos, W.O. & Rocha, N.G. (2008). Personagens negros e brancos em peças publicitárias publicadas em jornais paranaenses. *Cadernos NEPRE*.

- Souza, N.S. (1983). *Tornar-se Negro: As vicissitudes da Identidade do negro brasileiro em ascensão social*, Rio de Janeiro: Graal;
- Suenaga, C.; Lisboa, D.C; Silva, M.S. & Paula, V.B. (2012). *Conceito, beleza e contemporaneidade: fragmentos históricos no decorrer da evolução estética*. (Trabalho de Conclusão de Curso – TCC) – Universidade do Vale do Itajaí, Florianópolis, SC.
- Tajfel, H., & Turner, J.C. (1986). The social identify theory of intergroup behavior. In Worchel, S., & Austin W.G. (eds.), *Psychology of intergroup relations*, Chicago: Nelson.
- Trzesniak, P. & Koller, S. H. (2009). A Redação Científica Apresentada por Editores. Em A.A. Z.P. Sabadini, M. I.C. Sampaio, & S.H. Koller (Orgs.). *Publicar em psicologia: um enfoque para a revista científica*, São Paulo: Associação Brasileira de Editores Científicos de Psicologia / Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo.
- Teixeira, S.A. (2001). Produção social e consumo da beleza. *Horizontes Antropológicos*, v.16 (7), (pp.189-220). Retirado em: 14 de abr. 2013, do site: <www.scielo.br/pdf/ha/v7n16/v7n16a11.pdf>.
- Turra, C., & Venturi, G.(1995). *Racismo Cordial: a mais completa análise sobre preconceito de cor no Brasil*. Datafolha, São Paulo: Ática.
- Ushinohama, T.Z., Affini, L.P. & Betti, M. (2009). Análise da grade de programação das emissoras brasileiras de Televisão Aberta – ETVA - em relação ao conteúdo esportivo. Trabalho apresentado no 2 Seminário LECOTEC de Comunicação e Ciência
- Vázquez, A. S. (1999). *Convite à Estética*. Gilson Baptista Soares (trad.), Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Venturi, G. & Bokany, W. (2005). Pesquisando discriminação institucional e identidade racial: considerações metodológicas. Em: G. Santos & M.P. da Silva (Orgs.). *Racismo no Brasil: percepções da discriminação e do preconceito racial no século XXI*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.
- Vilhena, J. de; Medeiros, S. & Novaes, J. de V. (2005). A violência da imagem: estética, feminino e contemporaneidade. *Rev. Mal-estar Subj. [online]*, vol.5, n.1, pp. 109-144. Retirado dia: 21 de setembro de 2013, do endereço: <www.pepsic.bvsalud.org>.
- Wagner, (2008). (livro de representações na antropologia).
- Waldzus, S.; Mummendey, A.; & Wenzel, M. (2005). When “different” means “worse”: In-group prototypicality in changing intergroup context, *Journal of Experimental Social Psychology* 41, (pp. 76–83).
- Wetherell, M.; Potter, J. (1992). *Mapping the language of racism*, London: Sage Publications.
- Wolter, R.P. & Sá, C.P. (s/d). *As relações entre representações e práticas: o caminho esquecido*, Manuscrito em preparação.

APÊNDICES

APÊNDICE A - Convite para Participação do Estudo I Distribuído nos Grupos do Facebook



Eleonora Vaccarezza

30 de novembro de 2013 · Aracaju

Olá, sou estudante do mestrado de Psicologia Social da (UFS)
Universidade Federal de Sergipe e estou compartilhando para vocês o
meu questionário de pesquisa para um estudo que estamos realizando
no Brasil todo, preciso da colaboração de todos vocês para concluir
minha pesquisa, respondendo e/ou compartilhando este link abaixo:

<https://docs.google.com/.../1sWopxD2vuSuCOE2y4PdughE.../viewform>

Descurtir · Comentar

APÊNDICE B – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Afim de cumprir os requisitos para adquirir o título de Mestre em Psicologia Social, pela Universidade Federal de Sergipe (UFS) a pesquisadora Eleonora Vaccarezza Santos orientada pelo professor Dr. Marcus Eugênio Oliveira Lima, realiza o estudo intitulado “Beleza Brasileira”, que tem como objetivo identificar o ideal de beleza masculino e feminino dos brasileiros. A coleta de dados junto aos usuários se dará por um levantamento tipo survey exploratório descritivo, através da aplicação de questionários.

Ao decidir participar do estudo abaixo, fui esclarecido(a) sobre as observações abaixo das quais estou ciente:

- Sua participação não é obrigatória, podendo retirar-se do estudo ou não permitir a utilização dos dados em qualquer momento da pesquisa;
- Serão garantidos o anonimato e o sigilo das informações, além da utilização dos resultados exclusivamente para fins científicos;
- O preenchimento deste questionário não representará qualquer risco de ordem física, moral ou psicológica para você;
- Você poderá solicitar informações ou esclarecimentos sobre o andamento da pesquisa em qualquer momento com o pesquisador responsável;
- Sendo um participante voluntário, você não terá nenhum pagamento e/ou despesa referente à sua participação no estudo.

Após ter sido esclarecido sobre os objetivos, importância e o modo como os dados serão coletados nessa pesquisa, bem como ter ficado ciente de todos os meus direitos, concordo em participar da pesquisa “Beleza Brasileira”, e autorizo a utilização e divulgação das informações por mim fornecidas em congressos e/ou publicações científicas desde que nenhum dado possa me identificar.

Endereço eletrônico da pesquisadora: **eleonora.vaccarezza@hotmail.com**

APÊNDICE C - Roteiro para o Questionário do Estudo I

1. Em relação a BELEZA MASCULINA no Brasil. Quando se fala em beleza masculina no Brasil, que figura artística (ator, cantor ou apresentador) lhe vem à mente?
2. Com relação a este artista. Quais as CARACTERÍSTICAS FÍSICAS deste artista que o torna bonito? Por favor, seja o mais detalhista possível.
Em relação a FEIURA Masculina no Brasil
3. Quando se fala em feiura masculina no Brasil, que figura artística (ator, cantor ou apresentador) lhe vem à mente?
4. Com relação a este artista. Quais as CARACTERÍSTICAS FÍSICAS deste artista que o torna feio? Por favor, seja o mais detalhista possível.
Em relação a BELEZA Feminina no Brasil.
5. Quando se fala em beleza feminina no Brasil, que figura artística (atriz, cantora ou apresentadora) lhe vem à mente?
Com relação a esta artista.
6. Para você, quais as CARACTERÍSTICAS FÍSICAS desta artista que a torna bonita? Por favor, seja o mais detalhista possível.
Em relação a Feiura FEMININA no Brasil
7. Quando se fala em feiura feminina no Brasil, que figura artística (atriz, cantora o
Com relação a esta artista.
8. Para você, quais as características físicas desta artista que a torna feia? Por favor, seja o mais detalhista possível.
Agora pensando sobre sua aparência física...
9. Você se considera uma pessoa...
.
Muito bonito/a
Razoavelmente bonito/a
Nada bonito/a
Prefere não responder
10. Qual a sua idade?
11. Em que cidade do país você mora?
12. Ao nível da cor da pele você se considera...
a) Branco/a
b) Pardo/a
c) Preto/a
d) Mulato/a
e) Amarelo/a
f) Indígena
13. Outra
14. Qual o seu grau de instrução?
a) Fundamental
b) Médio
c) Superior

**APÊNDICE D – Fotos Utilizadas para o Estudo de Classificação da Cor da Pele
(Grupo 1)**

 Alexandre Pires	 Malvino Salvador	 Henri Castelli	 Caio Castro	 Rodrigo Santoro
 Lázaro Ramos	 Reynaldo Gianechni	 Cauã Reymond	 Thiago Lacerda	 Rodrigo Hilbert
 Bruno Gagliasso	 Wagner Moura	 Rafael Zulu	 Luan Santana	 Sérgio Loroza
 Luís Miranda	 Antônio Fagundes	 Murilo Rosa	 Marcelo Anthony	 Victor Fazano
 Thiaguinho	 Mariano	 Victor Chaves	 Fábio Assunção	 Léo Santana
 Jesus Luz	 Diogo Nogueira	 Carlinhos Brown	 Ricardo Tozzi	 Marcos Pasquim
 Eduardo Mosconi	 Alexandre Borges	 Luciano Szafir	 Matheus Solano	 Fábio Júnior
 Zeca Baleiro	 Zezé di Camargo	 Kaká	 Maurício Mattar	 Domingos Montagner

 <p>William Boner</p>	 <p>Marcio Garcia</p>	 <p>Paulo Zulu</p>	 <p>Paulo Ricardo</p>	 <p>Miguel Falabela</p>
 <p>Tony Garrido</p>				

**APÊNDICE E – Fotos Utilizadas para o Estudo de Classificação da Cor da Pele
(Grupo 2)**

 Gisele Bündchen	 Camila Pitanga	 Juliana Paes	 Paola Oliveira
 Taís Araújo	 Isis Valverde	 Grazi Massafera	 Ana Paula Arósio
 Sheron Menezes	 Fernanda Lima	 Ma. Fernanda Cândido	 Ma. Casadevall
 Letícia Sabatela	 Ivete Sangallo	 Débora Nascimento	 Paula Fernandes
 Bruna Marquezine	 Sandy	 Mariana Rios	 Paola Bernardes
 Cléo Pires	 Mariana Ruy Barbosa	 Claúdia Leite	 Mariana Ximenes
 Luíza Brunet	 Ildi Silva	 Anna Hickman	 Fernanda Vasconcelos
 Cris Viana	 Claudia Raia	 Anitta	 Alice Braga
 Vanessa da Mata			

**APÊNDICE F – Fotos Utilizadas para o Estudo de Classificação da Cor da Pele
(Grupo 3)**

 Tiririca	 Belo	 Renato Aragão	 Faustão
 Matheus Nastergale	 E.T.	 Ronaldinho Gaúcho	 Ratinho
 Reginaldo Rossi	 Beçola	 Tony Ramos	 Fernando Caruso
 Marquito	 Alexandre Frota	 Pedro Cardoso	 Latino
 Neymar	 Ronaldo	 Eri Jonsoh	 Bernardo Mendes
 Falcão	 Genival Lacerda	 Rodela	 Gustavo Lima
 Sílvio Santos	 Pedro de Lara	 Tom Cavalcante	 Roberto Carlos
 Batoré	 Jorge Loredó	 Atayde Arcoverde	 Edmundo
 Marcelo Adnet	 Gugu Liberato	 Ed Motta	 Luciano Camargo
 Robinho	 Sérgio Malandro	 Péricles	

**APÊNDICE G – Fotos Utilizadas para o Estudo de Classificação da Cor da Pele
(Grupo 4)**

 Regina Casé	 Gretchen	 Ana Maria Braga	 Valeska Popozuda
 Elza Soares	 Geysel Arruda	 Susana Vieira	 Maria Betânia
 Graciane Barbosa	 Betty Golfman	 Adriane Galisteu	 Ana Paula Araújo
 Ingrid Guimarães	 Dercy Gonçalves	 Tati-Quebra-Barraco	 Mulher Melancia
 Elba Ramalho	 Elke Maravilha	 Ângela Bismark	 Gabi Amarantos
 Renata Sorah	 Bárbara Paz	 Joelma	 Marisa Orth
 Preta Gil	 Alcione	 Marília Gabriela	 Zezé Macedo
 Marília Pêra	 Fernanda Torres	 Daniela Winits	 Miriam Leitão
 Daniela Cicarelli	 Mart'nália	 Daniela Mercury	 Maria Gadú

APÊNDICE H – Roteiro para Coleta de Dados do Estudo II

Instruções

Antes de iniciar os procedimentos do estudo é preciso ter em mãos: um aparelho para cronometrar o tempo; e a planilha em anexo para as anotações.

Qual a tarefa?

- Assistir a toda a programação que a emissora exibe das 08h às 22hs e deverá indicar na planilha:
 - (1) Nome da (s) celebridade (s) que aparece no programa;
 - (2) O que ela (s) está fazendo no programa (ação desenvolvida);
 - (3) Por quanto tempo a (s) celebridade (s) aparece no programa.

