

## "No Pictures": Os retratos da mulher negra na revista *Vogue Brasil*

### "No pictures": The portraits of the black woman in the *Vogue Brazil Magazine*

Bárbara Pavei Souza<sup>1</sup>

#### **Resumo**

*As revistas tornaram-se um marco significativo na história contemporânea, que documenta tanto a evolução da imprensa, quanto a história social das pessoas, principalmente das mulheres. Esta investigação busca, através de uma análise de fontes bibliográficas e corpus de pesquisa, apontar como a revista *Vogue Brasil* notabilizou a imagem da mulher negra em uma de suas capas, a edição de nº 359, publicada em julho de 2008. Investigar e analisar imagens midiáticas das mulheres negras exige trilhar caminhos diversos, cheios de fatos e representações fragmentados, muitas vezes aparentemente desconexos, pois a maior parte das produções midiáticas são pautadas pelos acontecimentos do cotidiano da sociedade. Pensando nas determinações históricas que constituem o cotidiano social, interroga-se: De que modo o corpo feminino negro é discursivizado na revista *Vogue Brasil*? Como esses corpos femininos negros são construídos e quais os sentidos os atravessam? Assim sendo, este estudo é fruto do projeto de tese da autora e tem como aporte teórico a *Análise de Discurso* de vertente francesa e as teorias do feminismo negro.*

**Palavras-chave:** *Corpo feminino negro. Revista *Vogue Brasil*. Análise de Discurso*

#### **Abstract**

*Magazines have become a significant milestone in contemporary history, which documents both the evolution of the press and the social history of people, especially women. This investigation seeks, through an analysis of bibliographic sources and research corpus, to point out how the magazine *Vogue Brazil* made the image of the black woman famous on one of its covers, issue number 359, published in July 2008. Investigate and analyze images media of black women requires treading different paths, full of fragmented facts and representations, often seemingly disconnected, as most media productions are guided by the daily events of society. Thinking about the historical determinations that constitute the social daily life, we ask ourselves: How is the black female body discursivized in the magazine *Vogue Brazil*? How are these black female bodies constructed and which senses pass through them? Therefore, this study is the result of the author's thesis project and its theoretical contribution is French Discourse Analysis and theories of black feminism.*

**Keywords:** *Black female body. *Vogue Brazil Magazine*. Discourse Analysis*

**Recebido em:** 20/02/2020.

**Aceito em:** 11/11/2020.

---

<sup>1</sup> Doutoranda do Programa de Ciências da Linguagem da Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL). ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-4438-5363>.

## Introdução

Na sociedade moderna, os meios de comunicação de massa influenciam na organização social e na construção de identidades, onde as mídias digitais e impressas apresentam-se como elementos de comunicação que persuadem o pensamento social ao definirem os conteúdos dos discursos públicos. Com o passar dos anos, as ilustrações foram deixadas de lado e os sujeitos e seus corpos tornaram-se personagens presentes em manchetes de diferentes materiais divulgados pelas diferentes mídias, atividades essas, impulsionadas pelo poder e pelo interesse capitalista. Sendo assim, as revistas tornaram-se um marco significativo na história contemporânea, que documenta tanto a evolução das mídias, quanto a história social das mulheres, pois esses periódicos são elementos de discurso que fazem circular diferentes sentidos sobre as mulheres e seus corpos.

Para se articular um estudo sobre as revistas femininas e a influência das mesmas sobre os corpos femininos, seria possível embasar essa pesquisa, fruto do projeto de tese em desenvolvimento da autora, em diversas teorias, no entanto, tomou-se como arcabouço teórico a Análise de Discurso de vertente francesa, fundamentada nos estudos de Michel Pêcheux e Eni Orlandi, a fim de pensar essas revistas como práticas discursivas.

Na contemporaneidade, esse campo teórico trabalha com materialidades discursivas diversas, incluindo, sobretudo, o discurso do e sobre o corpo. Dialogar sobre o corpo na perspectiva discursiva significa ultrapassar a ideia de corpo biológico, é entendê-lo como discurso, pois o corpo é lugar de discursividade, onde se inscreve a ideologia, onde se materializam os sentidos. Corpo tomado como elemento simbólico, corpo como sentido.

Analisar o discurso sobre o corpo a partir do campo da Análise de Discurso, é convergir nosso olhar a horizontes maiores, apreendê-lo nas suas entrelinhas e na sua dimensão linguística e sócio-histórica. Logo, a proposta central deste estudo é apresentar uma das possíveis leituras em um gesto analítico do corpo feminino negro para o mercado de moda, uma leitura que vai em direção a sociedade, em sua forma capitalista e, conseqüentemente, nas relações que a constituem, compondo corpos femininos e ditando como eles devem ser, ou como serão, ou não, aceitos na/ pela sociedade de consumo.

Esta investigação busca, através de uma análise de fontes bibliográficas e *corpus* de pesquisa, apontar como a revista *Vogue Brasil* notabilizou a imagem da mulher negra em uma de suas capas, a edição de nº 359, publicada em julho de 2008.

Investigar e analisar imagens midiáticas das mulheres negras exige trilhar caminhos diversos, cheios de fatos e representações fragmentados, muitas vezes aparentemente desconexos, pois a maior parte das produções midiáticas é pautada pelos acontecimentos do cotidiano da sociedade. Pensando nas determinações históricas que constituem o cotidiano social, interroga-se: De que modo o corpo feminino negro é discursivizado na revista *Vogue Brasil*? Como esses corpos femininos negros são construídos e quais os sentidos os atravessam?

## Corpo enquanto objeto discursivo

Considerando a perspectiva heterogênea do discurso, o corpo pode ser colocado em cena e tomado como materialidade discursiva a ser analisado, visto que ele é

textualizado na mídia, na publicidade, na moda, entre outros campos.

A Análise de Discurso (AD) foi fundada nos anos 1960, na França, por meio de reflexões do filósofo e linguista Michel Pêcheux. Sua teoria e os dispositivos analíticos foram construídos baseados no tripé composto pela Linguística, Materialismo Histórico e Psicanálise. A Análise de Discurso, como seu próprio nome já indica, não trata da língua, da gramática, mas sim, do discurso. E a palavra discurso, etimologicamente, tem em si a ideia de movimento, de percurso, sendo assim, discurso é materialidade significativa em movimento. Assim sendo, na contemporaneidade, esse campo teórico trabalha com materialidades discursivas diversas, que vão desde os discursos logicamente estabilizados até aqueles do cotidiano, abarcando, entre outros, o discurso do e sobre o corpo, principal materialidade desse estudo.

Ao se pensar na arquitetura do corpo, na sua forma de organização, de constituição e funcionamento, é preciso pensar também no espaço e no tempo onde esse se manifesta, atua, se movimenta, se materializa e ganha corporalidade<sup>2</sup>. Segundo Marcel Mauss (1974), o corpo é um constructo cultural, tendo dois aspectos indissociáveis: é matéria- prima e ferramenta de cultura, ou seja, o corpo é a matéria- prima que a cultura molda e inscreve de modo a criar diferenças sociais. Portanto, é possível afirmar que o corpo, seus gestos, suas formas de apresentação, nada têm de natural, mas sim, representam uma corporalidade fabricada por normas culturais coletivas. Desse modo, muito além de ser uma estrutura apenas biológica neutra, o corpo é uma construção cultural que se modifica de acordo com a sociedade e a com a época em que está inserido.

[...] o corpo não cessa de ser (re)significado ao longo do tempo. Seria, portanto, empobrecedor analisá-lo, tomando-o como algo já pronto e constituído para, em seguida, privilegiar suas representações ou o imaginário da época onde ele está submerso. Torna-se fundamental localizar, primeiramente, as problematizações que tornavam possível uma série de *práticas* e de *representações* corporais. Desse modo, não se trata de realizar uma listagem das maneiras supostamente exóticas de lidar com o corpo em outras épocas, mas sim de tornar questionáveis os gestos e as atitudes que ontem e hoje nos parecem familiares ou não. Pois o corpo é, ele próprio, um processo. Resultado provisório das convergências entre técnica e sociedade, sentimentos e objetos, ele pertence menos à natureza do que à história. O que torna inútil retroceder a um suposto grau zero das civilizações para encontrar um corpo impermeável às marcas da cultura (SANT'ANNA, 2005, p. 12).

Analisando a trajetória do conceito de corpo ao longo dos anos, é notável as mudanças de sentido dada a ele. Tantos sentidos diferentes, justificam-se pelo corpo estar inscrito pela e na linguagem, devido ao seu caráter dinâmico e devido ao atravessamento de diversos discursos que o significam de diferentes maneiras. Sabe-se que os sentidos dados ao corpo mantêm uma relação direta não só com a história e a ideologia, mas com o próprio sujeito, por ser seu suporte material. Por isso, é possível afirmar que o conceito de corpo, se pensado discursivamente, se constitui na relação sujeito/ história/ sociedade/

<sup>2</sup> Na perspectiva discursiva, o termo mais apropriado para o uso seria corporalidade, e não corporeidade - termo originado na Filosofia que possui como intuito designar a maneira pela qual o cérebro reconhece e utiliza o corpo como instrumento relacional com o mundo. Portanto, para a AD, corporalidade é quando pensamos o corpo não como um instrumento da mente, mas este corpo como uma textualidade, uma marca. Usamos este termo então, para tomá-lo além do corpo enquanto material, mas também, para compreendermos o que o afeta e o que pertence a ele.

ideologia.

Ao se pensar a noção de corpo enquanto corpo discursivo, estamos propondo-o como um objeto discursivo, como materialidade que se constrói pelo/no discurso, se configura e se submete à falha. Quando se fala em materialidade discursiva, compreendemos que não se trata apenas de pensar o corpo enquanto um objeto empírico, mas o corpo enquanto uma materialidade significante, a materialidade do sujeito (ORLANDI, 2012). Discursivamente, não há como falar em sujeito sem falar em inconsciente/ ideologia, como não há como pensar inconsciente/ ideologia/ sujeito sem pensar em corpo. “Na perspectiva discursiva, não há como separar corpo de materialidade significante. E falar de corpo é falar de sujeito. Se a materialidade do discurso é a língua, a materialidade do sujeito é o corpo (sócio- histórico- ideológico)” (NECKEL, 2015, p. 6). Sendo assim, falar sobre o corpo é constituir sentidos e sujeitos simultaneamente. É constituir o próprio corpo, que significa e é significado.

O corpo torna-se lugar de inscrição do sujeito do discurso, imerso em uma cultura que o determina e que por ele é determinada. Para além do biológico e físico, o corpo é investido de aspectos sócio- ideológicos os quais determinam a conduta dos sujeitos ao longo dos tempos. Um corpo que se mostra e que se esconde, enquanto abrigo de um sujeito duplamente constituído: assujeitado pela ideologia e cindido pelo inconsciente (RADDE, 2015, p. 125).

Então, olhar o corpo na perspectiva discursiva é tomar o discurso como lugar de inscrição, é compreender que as condições de produção do discurso determinam a materialidade física/discursiva do corpo ao longo da história. O corpo não é indiferente aos sentidos produzidos pela sociedade, pois enquanto corpo empírico, ele é apenas carne, mas quando interpelado ele se transforma em um corpo discursivo, onde “o corpo do sujeito está atado ao corpo social e isto é parte do seu processo de significação” (ORLANDI, 2012, p. 86), ou seja, o indivíduo interpelado em sujeito pela ideologia, traz seu corpo também interpelado por ela.

Portanto, é possível afirmar que o corpo, interpelado por discursos, constitui um imaginário social que reverbera na produção e circulação de sentidos que sustentam as relações sociais. Assim sendo, os discursos sobre e para o corpo interpelam-no como um espaço de inscrição da memória discursiva, espaço de contradição e (des)construção de identidades.

### **Corpo capa de revista: um corpo mercadoria?**

Percebe-se que os dizeres sobre os corpos e os sujeitos estão presentes em enunciados de diferentes materialidades, em diversos suportes, impulsionados pelos interesses capitalistas. Por isso, é possível afirmar que a história da imprensa é a própria história da sociedade capitalista. O controle dos meios de difusão de ideias e de informações que se verifica ao longo do desenvolvimento da imprensa é reflexo dessa sociedade. A influência que a difusão impressa exerce sobre o comportamento das massas e dos sujeitos é o traço que comprova esta ligação: sociedade/consumo/mídias.

A imprensa chegou ao Brasil após a vinda da família real, no século XIX. Neste período já se encontravam os primeiros registros do que se nomeou como imprensa

feminina. Tal veículo surgiu impulsionada pelas transformações sociais da época e como forma de fornecer às mulheres informações sobre o que chamava-se universo feminino.

As revistas femininas existem desde que surgiram revistas no país. Elas começaram a aparecer, sem muito alarde, geralmente feitas e escritas por homens. Traziam novidades da moda, importadas da Europa, dicas e conselhos culinários, artigos de interesse geral, ilustrações, pequenas notícias e anedotas. Esse modelo foi repetido, com pequenas diferenças, durante todo o século XIX e a primeira metade do século XX (SCALZO, 2003, p. 33).

Dessa maneira, os periódicos direcionados ao público feminino nasceram a partir de uma necessidade de que as mulheres, que aos poucos estavam saindo da vida doméstica, pudessem ter um veículo de informação e entretenimento, mas que também pudesse auxiliar na difusão dos valores imputados ao sexo feminino. Neste ponto, cabe ressaltar que apesar dos “temas femininos” serem revestidos de uma aparente neutralidade, eles são elementos de discurso e, como tais, são construídos pela ideologia que indica o que é ou não ser mulher. Logo, as representações sobre o que era ser mulher na sociedade da época circulavam através dessas materialidades revestidas de uma neutralidade sem falhas, mostrando aos sujeitos as “verdades” construídas pelas revistas, pela mídia.

Consequentemente, na sociedade contemporânea, a mídia ocupa um dos lugares centrais na produção de discursividades, atuando tanto como meio de produção e circulação de textos e imagens, quanto como fonte de discursos que fundamentam e orientam as relações sociais. Ou seja, a mesma pode ser entendida como um dispositivo<sup>3</sup> de produção de identidades, pois o controle sobre o corpo exercido pela sociedade vai ao “encontro” dos interesses do mercado (moda, mídia, publicidade), criando novos sentidos e necessidades para os sujeitos.

Considerando o que foi exposto até aqui, é possível afirmar então, que o corpo foi fabricado através da heterogeneidade cultural. Ou seja, o sujeito e seu corpo sempre foram constituídos conforme as ideologias de cada período e de cada cultura. Os padrões estéticos consensualmente adotados pela cultura, sempre dizem respeito à cosmologia vivida num dado período sócio-histórico. A atuação social sobre os sujeitos e seus corpos e a forma de vê-los, de conceituá-los são a grande marca da cultura sobre a materialidade humana. Afinal, pode-se “ler” a história de um povo e de sua época através da constituição dos sujeitos e pela caracterização dos corpos interseccionados pelas culturas e estratificados pelas classes sociais.

É notório como a experiência do corpo é sempre modificada pelo laço social e pelas experiências das culturas, onde o corpo aparece como a beleza concebida pelos cânones estabelecidos pela sociedade do capitalismo. Sendo assim, entende-se que os regimes de visibilidade contemporâneos funcionam como técnicas de gestão social.

Um grande número de técnicas materiais (todas as que visam produzir transformações físicas ou biofísicas) por oposição às técnicas de adivinhação e de interpretação de que falaremos mais adiante, tem a ver com o real: trata-se de encontrar, com ou sem a ajuda das ciências da

---

<sup>3</sup> O conceito de dispositivo percorre o campo da filosofia (pós- estruturalista). Para autores como Foucault e Pêcheux, o dispositivo é uma noção estratégica na produção de seus pensamentos, com efeitos nos discursos, nas imagens e nos corpos. Ou seja, o dispositivo é o conjunto de ações que faz com que determinados corpos sofram de acordo com os discursos possíveis.

natureza, os meios de obter resultado que tire partido da forma e mais eficaz possível (isto é, levando em conta a esgotabilidade da natureza) dos processos naturais, para instrumentalizá-los, dirigi-los em direção aos efeitos procurados. A esta série vem se juntar a multiplicidade das “técnicas” de gestão social dos indivíduos: marcá-los, identificá-los, classificá-los, compará-los, colocá-los em ordem, em colunas, em tabelas, reuni-los e separá-los segundo critérios definidos, a fim de colocá-los no trabalho, a fim de instruí-los, de fazê-los sonhar ou delirar, de protegê-los e de vigiá-los, de levá-los à guerra e de lhes fazer filhos [...] (PÊCHEUX, 2012, p. 30).

Se no século XIX, tais técnicas eram fortemente definidas pelo Estado, hoje, no século XXI, elas são também definidas pelo mercado, pois um corpo sujeito de mídia é um corpo mercadoria, um corpo exposto, um corpo com valor de troca. Portanto, considera-se que com o advento do capitalismo, o corpo passa a ser compreendido como instrumento de poder, torna-se mercadoria e assim passa a ser um meio de criar vínculos e distinções sociais. Tudo isso acontece e disponibiliza ao sujeito uma condição de existência, porque, segundo Orlandi (2012), o sujeito contemporâneo se individu(aliz)a na falha do Estado, produzindo-se assim, enquanto mercadoria.

Sendo assim, como elemento de discurso, as revistas femininas são materialidades que fazem circular sentidos e construir identidades, uma vez que são um instrumento midiático que atinge milhares de consumidores e possui grande inserção na sociedade capitalista atual. Portanto, pode-se afirmar que o discurso que perpassa as revistas femininas e suas capas, contribuem para a construção de sujeitos na sociedade da informação, sujeitos esses que passam a ser vistos como consumidores em série, como corpos mercadoria.

### **Movimento de análise**

Dentre as inúmeras textualidades em circulação na mídia impressa, acredita-se que através da análise das capas da revista *Vogue Brasil* seja possível mobilizar as memórias do/no corpo feminino negro, a partir de suas condições de produção. Assim sendo, utilizou-se como *corpus* de análise uma capas da revista *Vogue Brasil*<sup>4</sup>, edição n° 359 de julho de 2008 estrelada pela modelo Naomi Campbell, com a finalidade de responder as seguintes questões discursivas: De que modo o corpo feminino negro é discursivizado na revista *Vogue Brasil*? Como esse corpo feminino negro é construído e quais os sentidos o atravessam?

Os discursos sobre o corpo tentam discipliná-lo e também puni-lo, como uma forma de controle da população, conforme nos mostra Foucault (1987). O autor considera que “o corpo está preso no interior de poderes muito apertados, que lhe impõem

<sup>4</sup> A escolha pela revista *Vogue*, se deu devido à mesma ser uma das revistas de moda mais importantes, conceituadas e influentes do mundo. Mensalmente em suas páginas, são publicados trabalhos de estilistas, fotógrafos e designers, dentro de uma perspectiva sofisticada do mundo da moda. A *Vogue* foi lançada em 1892, na cidade de Nova York, como um pequeno folhetim de moda, com aproximadamente 30 páginas, destinado às mulheres da alta sociedade nova-iorquina. Em todo o mundo, existem vinte e seis diferentes edições da revista, sendo uma delas, no Brasil. Além disso, a revista é comercializada em mais de noventa outros países, vendendo aproximadamente dois milhões de exemplares por mês, em todo o mundo.

limitações, proibições ou obrigações” (FOUCAULT, 1987, p. 126), e tais discursos são proliferados em qualquer sociedade do mundo. No primeiro capítulo do livro *Vigiar e Punir* - “O corpo dos condenados” (FOUCAULT, 1987), o autor nos mostra como historicamente os dispositivos de poder marcaram o corpo tanto através das relações de poder, quanto as relações de saber. Para um corpo ser útil, torna-se necessário aplicar sobre ele um sistema de dominação que impõem sobre ele medidas disciplinares, sob forma de naturalizações, a partir de saberes estratégicos e eficazes.

Neste cenário, é importante considerar que o discurso da revista de moda influencia diretamente na construção de imaginários sobre os corpos dos sujeitos leitores. As revistas, assim como a moda, são dispositivos de subjetivação dos corpos e dos sujeitos, pois é através desses dispositivos que os corpos se constituem enquanto espaços de memória no nível discursivo.

Adentrando no recorte dessa pesquisa, traz-se o material de análise: a capa da revista *Vogue Brasil* edição nº 359 de julho de 2008, protagonizada pela modelo britânica de ascendência caribenha Naomi Campbell. Destaca-se a escolha deste material devido ao fato de a *Vogue Brasil* ter sido lançada em nosso país em 1975 e somente após 33 anos de circulação desse periódico, um corpo negro foi protagonista da capa dessa magazine de moda.

Figura 1: *Vogue Brasil* edição nº 359- Jul. 2008.



Fonte: Acervo pessoal da autora, 2020.

Ao observar a imagem, percebe-se que em primeiro plano há vários enunciados verbais, onde destacam-se os principais conteúdos da revista, sendo três deles em primeiro plano à direita da imagem e sobre os cabelos pretos e lisos da modelo e escritos na cor branca. E em segundo plano, vê-se a fotografia da modelo Naomi Campbell vestindo uma blusa de cor bege com uma estampa na cor preta, mobilizando a memória de pele de animal nativos da África, como por exemplo a zebra e o tigre. Ao analisar a posição do corpo da modelo, a mesma encontra-se inclinada para baixo, simulando uma posição de quatro pés, ou seja, uma posição de subserviência e de objeto, com os cabelos longos e

extremamente lisos<sup>5</sup>, acima da manchete principal da capa, intitulada O PODER DO CORPO (escrito em cor de rosa, uma forte marca de determinação de gênero). A todo momento destaca-se o intenso jogo de cores entre o preto e branco, quebrado apenas pelos dois enunciados em rosa e pelo figurino da modelo. Ou seja, não há movimento algum de empoderamento deste corpo feminino negro na capa da revista Vogue Brasil, há sim, nitidamente, o reforço da objetificação racista e classista de corpos socialmente lidos como não brancos.

É nítido que tal fotografia e elementos verbais ilustram a capa de uma revista de moda, portanto é necessário compreender o que é uma capa de revista e quais suas “intenções”. As capas de revistas caracterizam enquanto gênero multimodal, capaz de combinar variados signos em sua composição, como: cores, imagens gráficas, textos, mas também, podem constituir-se como um vínculo manipulador que, interessado em vender, se dissimula por meio de uma organização textual aparentemente marcada pela neutralidade e objetividade.

Durante a escolha de uma celebridade para ilustrar a capa de uma importante revista, são mobilizadas algumas noções que estão imbricadas na memória dos sujeitos leitores. Um elemento bastante relevante para a Análise de Discurso é a questão da memória, essa compreendida não como uma memória cognitiva, mas como uma memória sócio histórica que constitui os sujeitos e os sentidos. Diferentemente da memória cognitiva, a memória discursiva não pertence ao um sujeito, ela é uma memória histórica e coletiva constituída de palavras e enunciados. Segundo Pêcheux (2015), a “memória deve ser entendida aqui não no sentido diretamente psicologista da “memória individual”, mas nos sentidos entrecruzados da memória mítica, da memória social inscrita em práticas” (PÊCHEUX, 2015, p. 44).

Ou seja, há uma memória de corpo negro e uma memória do corpo da mulher que não cessa de se inscrever através do enquadramento da foto, na caracterização da modelo e na composição tipográfica da capa. Sendo assim, é pela paráfrase (pela repetição e retomada) que a memória se materializa, mas é também pela paráfrase, pelas falhas e buracos gerados pelo dizer, que o sentido deriva e pode ser outro. Portanto, para a AD, os discursos são sempre pronunciados a partir de determinadas memórias, pré- construídos e condições de produção, o que leva a inferição de que essas condições influenciam os sentidos. O lugar de onde se fala, como se fala, por exemplo, é responsável por regular esses sentidos. Sendo assim, as condições de produção propiciam um movimento que determina os sentidos, fazendo com que eles sejam constantemente (re)visitados, (re)construídos.

Logo, é possível afirmar que uma celebridade e seu corpo estão sempre envoltos no conceito de pré- construído, pois vive-se numa sociedade na qual a busca pela perfeição e pelo sucesso corporal é diária, onde as memórias remetem que os corpos estão sempre dentro dos padrões estéticos de beleza, que são “No caso da identidade feminina, o corpo padrão atual é branco, magro, sem celulites, com determinado tipo de cabelo, etc.” (ALVAREZ, 2020, p. 125). Porém, quando depara-se com corpos que fogem dos padrões,

---

<sup>5</sup> Característica marcante do discurso de branqueamento, afinal o branqueamento se dá pelo não-reconhecimento da identidade negra como possibilidade de ser/estar na mídia. É uma marca de classe calcada na história da América Latina e do Brasil. Por mais que o contato com o branco colonizador, tenha se disseminado um processo de discriminação inter-racial com as pessoas negras e definido uma hierarquização racial que elege qual tipo de cor de pele e cabelo são símbolos de beleza, este processo não conseguiu apagar as marcas simbólicas que remetem a ascendência africana.

como um corpo gordo, negro, deficiente, nas capas de renomadas revistas de moda, causa estranhamento por parte dos leitores, pois os pré-construídos dos sujeitos leitores afirmam que o corpo que olha e que se expõe ao olhar do outro deve ser sempre próximo ou imerso totalmente no padrão hegemônico de beleza.

Sendo assim, a racialização do corpo em capa, assim como a generificação levam ao movimento de objetificação deste corpo. Este corpo negro é redito parafrásticamente por uma sociedade branca patriarcal, que produz um falso lugar de visibilidade a esse corpo.

Atualmente, no mundo da moda, o novo ícone feminino negro que está ganhando ainda mais notoriedade, uma vez que representa ambas as *personas* - a da negra sensual e selvagem e a da menina negra identificada como branca, é a modelo britânica de ascendência caribenha Naomi Campbell. Um beleza importada, ela, como Iman, é quase sempre retratada praticamente nua contra em um cenário sexualizado. Abrindo mão de seus cabelos "naturais" por perucas loiras ou apliques extensores, ela tem enorme apelo grande público. Rotulada pelos críticos de moda como a Brigitte Bardot negra, ela personifica uma estética que sugere que as mulheres negras, ainda que atraentemente diferentes, devem se parecer com as brancas para serem consideradas bonitas (HOOKS<sup>6</sup>, 2019, p. 148).

Assim, este gesto de leitura e interpretação desta capa, pretende apontar para o fato de que a mídia age enquanto um dispositivo e produção cultural de massa e que também constitui um meio de reprodução do racismo, porque constrói um discurso que naturaliza a sobreposição do branco sobre o negro. Analisando a capa da edição nº 359, compreende-se como há apagamentos e objetificações em relação ao corpo feminino negro. Na capa analisada, a modelo encontra-se numa posição a quatro pés, vestindo uma blusa bege com listras pretas, o que retoma ao pré- construído de animalesco, selvagem, exótico, erótico, da mesma maneira como era vendida a imagem da Vênus de Hotentote<sup>7</sup>.

Analisando os cabelos extremamente alisados de Naomi, conclui-se que muito mais do que objeto estético, o cabelo enquanto elemento simbólico e discursivo é uma importante marca identitária feminina. Sobre eles incidem padrões e pressões sociais que levam os sujeitos a se inserirem em determinadas esferas de sentidos sobre o cabelo

<sup>6</sup> bell hooks é o pseudônimo de Gloria Jean Watkins, escritora norte-americana nascida em 25 de setembro de 1952, no Kentucky – EUA. O apelido que ela escolheu para assinar suas obras é uma homenagem aos sobrenomes da mãe e da avó. O nome é assim mesmo, grafado em letras minúsculas, justificado em textos da própria autora que diz: “o mais importante em meus livros é a substância e não quem sou eu”. Para ela, nomes, títulos, nada disso tem tanto valor quanto as ideias. Então em respeito ao posicionamento militante da autora, referenciarei a mesma ao longo de todo o meu texto com letras minúsculas.

<sup>7</sup> Nasceu em 1789, na atual província do Cabo Oriental, na África do Sul, aquela que ficou conhecida como Vênus Hotentote ou Vênus Negra. Saartjie Baartman pertencia ao povo Khoisan, mais tarde nomeado pelos invasores europeus de Hotentotes ou Bosquímanos, considerado a mais antiga etnia humana estabelecida da parte meridional da África. A sul-africana herdou as características físicas e corporais das mulheres de seu povo: uma hipertrofia de seus lábios vaginais, bem como a esteatopigia, o que lhe conferia um acúmulo de gordura nas nádegas, fazendo-as maiores, mais salientes e elevadas em relação ao padrão europeu (BRAGA, 2013).

Medindo em torno de 1,35 metros, com nádegas proeminentes devido ao acúmulo de gordura e grandes lábios hipertrofiados, em virtude da manipulação da genitália, símbolo de beleza dos hotentotes, Saartjie Baartman representa o primeiro exemplar que define o corpo da mulher negra na história. Essas características que a diferenciavam, despertou a atenção coletiva de viajantes europeus, que no início do século XIX, por volta de 1810, após ser vendida, Baartman foi levada da África do Sul para a Europa, com a finalidade de ser exibida publicamente, em espetáculos, feiras e circos.

bonito/ feio, desejado/ indesejado.

Desde o Antigo Egito o cabelo já era um importante elemento estético, segundo Quintão (2013, p. 14), “os egípcios, por exemplo, já mantinham hábitos estéticos que ainda hoje vemos por todo o mundo: cortes, tranças, penteados, tingimentos”. Na Europa entre os séculos XVII e XVIII, os cabelos ornamentados eram símbolos de poder e status social. Já tanto na África Ocidental quanto na Índia, os cabelos representavam uma forma de linguagem e comunicavam elementos religiosos, a origem social e até mesmo, a região geográfica a qual o sujeito pertencia.

Sendo assim, Quintão (2013, p. 16), afirma que “o cabelo, que pertence ao mesmo tempo à vida pública e à privada, é um dos traços fenotípicos mais marcantes e evidentes de nossa ancestralidade, denotando não apenas nossa etnia como também nosso status e pertencimento social”, ou seja, o cabelo é um elemento no qual se inscrevem ideologias e se constitui também memórias, portanto, ele é muito mais do que elemento estético, ele é discurso. Portanto, compreende-se que o desejo do embranquecimento está na mídia de várias formas, sejam elas por meio dos silenciamentos, de (in)visibilidades, do apagamento das características corpóreas dos sujeitos negros, ou ainda, trazendo a ideia de homogeneidade cultural.

[...] Produto de um maquinário social e técnico indissociável do capitalismo, de sua emergência e globalização, esse termo foi inventado para significar exclusão, embrutecimento e degradação, ou seja, um limite sempre conjurado e abominado. Humilhado e profundamente desonrado, o negro é, na ordem da modernidade, o único de todos os humanos cuja carne foi transformada em coisa e o espírito em mercadoria (MBEMBE, 2018, p. 21).

O apagamento das imagens das mulheres negras pode ser percebido na presença/ ausência de corpos negros nas capas da revista *Vogue Brasil*. Durante os doze últimos anos, 2008 à 2020, foram produzidas mais de 200 capas dessa revista, porém, é possível identificar que - mesmo o Brasil sendo o país com a maior população negra fora do território africano- a presença de corpos femininos negros é irrisória nesse periódico de moda, ou seja, há uma distribuição muito desigual dos espaços de representatividade.

Figura 2: Edições da *Vogue Brasil* protagonizadas por corpos negros de 2008- 2019.<sup>8</sup>

Julho de 2018- ed. n° 359	Janeiro de 2011- ed. n° 389	Janeiro de 2012- ed. n° 401	Janeiro de 2013- ed. n° 413
------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------

<sup>8</sup> Capas da revista *Vogue Brasil* compõem o corpus de pesquisa de tese da autora, porém, optou-se pela análise de apenas uma delas, devido ao apontando que não caberá analisar neste artigo.



Janeiro de 2013-

ed. n.º 413



Maio de 2013-

ed. n.º 417



Maio de 2014-

ed. n.º 429



Maio de 2014-

ed. n.º 429



Outubro de 2015-

ed. n.º 446



Fevereiro de 2016-

ed. n.º 450



Fevereiro de 2016-

ed. n.º 450



Maio de 2016-

ed. n.º 453



Maio de 2016-

ed. n.º 453



Maio de 2016-

ed. n.º 453



Fevereiro de 2017-

ed. n.º 462



Junho de 2017-

ed. n.º 466



Junho de 2017-



Julho de 2018-



Julho de 2018-



Novembro de 2018- ed. n.º 483

ed. n° 466



Novembro de 2018-

ed. n° 483



Dezembro de 2018-

ed. n° 484



Agosto de 2019-

ed. n° 492

ed. n° 479



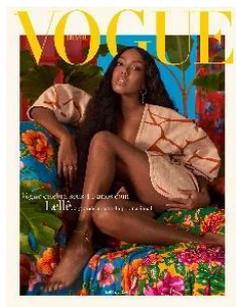
Novembro de 2018-

ed. n° 483



Maio de 2019-

ed. n° 489



Agosto de 2019-

ed. n° 492

ed. n° 479



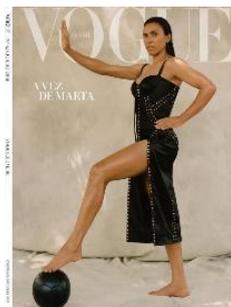
Dezembro de 2018-

ed. n° 484



Julho de 2019-

ed. n° 491



Dezembro de 2019-

ed. n° 496.



Dezembro de 2018-

ed. n° 484



Agosto de 2019-

ed. n° 492





Fonte: Acervo pessoal da autora, 2020.

[...] No grande quadro das espécies, gêneros, raças e classes, o negro, em sua magnífica obscuridade, representa a síntese dessas duas figuras. Mas o negro não existe enquanto tal. Ele é constante produzido. Produzi-lo é gerar um vínculo social de sujeição e um corpo extração, isto é, um corpo inteiramente exposto à vontade de um senhor e do qual nos esforçamos para obter o máximo de rendimento. Sujeito a corveias de toda ordem, o negro é também o nome de uma injúria, o símbolo do homem confrontado com o açoite e o sofrimento, num campo de batalha que se opõem facções e grupos social e racialmente segmentados (MBEMBE, 2018, p. 42).

Portanto, é possível afirmar que, existe sempre um como dizer, uma forma desse dizer acontecer e um protocolo de como esse dizer deve circular. Por isso são padrões, ou seja, não há apenas um padrão, mas sim vários, que moldam e modificam os corpos para que eles sejam possíveis de estarem em determinados espaços pré-estabelecidos e em uma ótica incansável de uma branquitude que segue inter-ditando o corpo negro, e que muitas vezes opera sob um falso pretexto de visibilidade.

### Considerações Finais

Analisando as presenças dos corpos negros na capa da revista *Vogue Brasil* nos últimos doze anos, percebe-se que a história da colonização do Brasil foi marcada por uma série de acontecimentos que nos faz refletir sobre a sociedade que foi construída e reconstruída através do longo processo histórico e sobre seu reflexo e/ou resultado na sociedade que temos hoje.

Um dos fatos mais determinantes e mais nocivo para a nossa sociedade, foi a escravização de sujeitos vindos de outros continentes, muitos deles, do continente africano. A escravização é uma história de dizimação, expropriação e destruição de culturas. As pessoas foram levadas de suas terras, escravizados e o seu estatuto foi o de coisa, de objeto, de mercadoria. São vários os estereótipos construídos em torno da imagem do negro que se cristalizaram ao longo da história e continuam produzindo sentidos de submissão e exclusão.

Assim sendo, acerca dos discursos sobre o negro e a mulher negra nos sistemas midiáticos brasileiros, Borges (2012) afirma que há estigmas e estereótipos que parecem se repetir indefinidamente, não em termos de conteúdo, mas de articulação, fazendo permanecer referências do passado. Por isso é possível afirmar que os estereótipos em torno das mulheres negras “[...]se movimentam sobre uma estrutura cíclica, em que os discursos fundadores do Outro ainda são o grande manancial para tipificação dos personagens negros e dos assuntos relacionados à África e ao Brasil negro” (BORGES,

2012, p. 198).

Perante a análise da capa da revista *Vogue Brasil*, edição de julho de 2008, constata-se que, infelizmente, ainda hoje, para alguns veículos de comunicação, os corpos negros ainda são considerados selvagens, aberrações e só podem ser vistos apenas em específicas situações. Em síntese, o discurso fundador de raça faz com que os negros, sejam significadas pelo corpo; um corpo investido de sentidos sexualizados e racializados ao longo da história. Pois, quando o discurso fundador de autoridade constrói o conhecimento pautado no estereótipo, criam-se os regimes de verdade e legitima-se a perpetuação do imaginário acerca dos sujeitos. Regimes estes, que funcionam pelo viés da memória discursiva e que são reatualizados a todo momento nos mais diversos meios midiáticos, acerca dos corpos, principalmente dos corpos femininos e negros.

As mulheres negras não existem. Ou, falando de outra forma: as mulheres negras, como sujeitos identitários e políticos, são resultado de uma articulação de heterogeneidades, resultante de demandas históricas, políticas, culturais, de enfrentamento das condições adversas estabelecidas pela dominação ocidental eurocêntrica ao longo dos séculos de escravidão, expropriação colonial e da modernidade racializada e racista em que vivemos (WERNECK, 2010, p. 10).

Nesse discurso, a humanidade da mulher negra é violentada simbolicamente, seu corpo é desumanizado, é reduzido a objeto, coisa, corpo e natureza. A narração da história tem a qualidade de transpor um tempo para outro, o que nos conduz a pensar que o tempo discursivo em torno das representações da mulher negra na mídia ainda se vincula a arquétipos cristalizados no passado. Portanto, compreende-se que os estereótipos em torno das mulheres negras se constituem no entrecruzamento de discursos fundadores que repetem e atualizam sua significação prevalente pela centralidade que conferem ao corpo.

## Referências

- ALVAREZ, P. H. **Mulheres em revista**: A discursivização da mulher na revista *Jornal das Moças* da década de 1950. São Carlos: Pedro & João Editores, 2020.
- BRAGA, A. **Retratos em preto e branco**: discursos, corpos e imagens em uma história da beleza negra no Brasil. 2013. 239 f. Tese (Doutorado em Letras). Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PR, 2013.
- BORGES, R. Mídia, racismos e representações do outro: ligeiras reflexões em torno da imagem da mulher negra. In: BORGES, Roberto Carlos da Silva; BORGES, Roseane. (Orgs.) **Mídia e Racismo**. Petrópolis, RJ: DP et Alii; Brasília, DF: ABPN, 2012.
- FOUCAULT, M. **Vigiar e Punir**: nascimento da prisão. Tradução de Raquel Ramallete. Petrópolis: Vozes, 1987.
- HOOKS, B. **Olhares negros**: raça e representação. Tradução: Stephanie Borges. São Paulo: Elefante, 2019.
- MAUSS, M. As técnicas corporais. In: MAUSS, M. **Sociologia e antropologia**. Tradução: Mauro W. B. de Almeida. São Paulo: EPU/EDUSP, 1974.

MBEMBE, A. **Crítica da razão negra**. Tradução: Sebastião Nascimento. São Paulo: n-1 edições, 2018.

NECKEL, N. R. M. (Com) Textura de corpo na vídeo-performance contemporânea. *In*: INDURSKY, F., FERREIRA, M.C.L. e MITTMANN, S. (orgs.) **Análise do Discurso**: dos fundamentos aos desdobramentos (30 anos de Michel Pêcheux). Campinas: Mercado das Letras, 2015.

ORLANDI, E. P. **Discurso em Análise**: Sujeito, Sentido e Ideologia. 2ª ed. Campinas: Pontes Editores, 2012.

PÊCHEUX, M. **Discurso**: Estrutura ou Acontecimento. Tradução: Eni P. Orlandi- 6ª Edição, Campinas: Pontes Editores, 2012.

PÊCHEUX, M. Papel da Memória. *In*: **Papel da memória**. Pierre Achard, [et al.] tradução e introdução: José Horta Nunes- 4ª edição, Campinas: Pontes Editores, 2015.

QUINTÃO, A. M. P. **“O que ela tem na cabeça?”**: um estudo sobre o cabelo como performance identitária. 2013. Dissertação (Mestrado em Antropologia)- Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2013.

RADDE, A. O negócio do corpo no discurso da prostituição masculina. *In*: FERREIRA, M.C.L. (org.). **Oficinas de Análise do Discurso**: conceitos em movimento. Campinas: Pontes Editores, 2015.

SANT'ANNA, D. B. **Políticas do Corpo**: elementos para uma história das práticas corporais. 2ª. ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2005.

SCALZO, M. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Contexto, 2003. (Coleção Comunicação).

WERNECK, J. Nossos passos vêm de longe! Movimentos de mulheres negras e estratégias políticas contra o sexismo e o racismo. **Revista da Associação Brasileira de Pesquisadores/as Negros/as (ABPN)**, [S.l.], v. 1, n. 1, p. 07-17, jun. 2010.