

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO  
CURSO DE JORNALISMO

Paulo Henrique Brito Chalmes

**REPRESENTAÇÃO DE CORPOS NEGROS E JORNALISMO DE MODA:**  
análise dos sentidos da revista digital da Elle Brasil

Porto Alegre  
Agosto de 2024

Paulo Henrique Brito Chalmes

**REPRESENTAÇÃO DE CORPOS NEGROS E JORNALISMO DE MODA:**  
análise dos sentidos da revista digital da Elle Brasil

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado como requisito parcial à  
obtenção do título de Bacharel em  
Jornalismo da Faculdade de Biblioteconomia  
e Comunicação da Universidade Federal do  
Rio Grande do Sul.

Orientadora: Prof. Dra. Gisele Dotto Reginato

Porto Alegre  
Agosto de 2024

Paulo Henrique Brito Chalmes

**REPRESENTAÇÃO DE CORPOS NEGROS E JORNALISMO DE MODA:**

análise dos sentidos da revista digital da Elle Brasil

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado como requisito parcial à  
obtenção do título de Bacharel em  
Jornalismo da Faculdade de Biblioteconomia  
e Comunicação da Universidade Federal do  
Rio Grande do Sul.

Orientadora: Profa. Dra. Gisele Dotto Reginato

**BANCA EXAMINADORA:**

---

Profa. Dra. Gisele Dotto Reginato – UFRGS

Orientadora

---

Profa. Dra. Daniela Maria Schmitz – UFRGS

Examinadora

---

Profa. Dra. Sandra de Fatima Batista de Deus – UFRGS

Examinadora

## CIP - Catalogação na Publicação

Chalmes, Paulo Henrique Brito  
Representação de corpos negros e jornalismo  
de moda: análise dos sentidos da revista  
digital da Elle Brasil / Paulo Henrique Brito  
Chalmes. -- 2024.  
91 f.  
Orientadora: Gisele Dotto Reginato.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação)  
-- Universidade Federal do Rio Grande do Sul,  
Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação,  
Curso de Jornalismo, Porto Alegre, BR-RS, 2024.

1. jornalismo de moda. 2. discurso. 3.  
representação do negro. 4. Elle Brasil. 5. Elle  
View.  
I. Reginato, Gisele Dotto, orient. II. Título.

*À minha avó Maria Eva.*

## AGRADECIMENTOS

Eu sou porque nós somos. O famoso provérbio da filosofia africana resume com propriedade o encerramento desse ciclo tão significativo no curso de Jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Consigo concluir esse capítulo da minha trajetória porque os que vieram antes de mim permitiram que eu pudesse abraçar os meus sonhos.

À minha avó materna, Maria Eva, agradeço pelo apoio, pelas preces, pela determinação e todos os valores que me ensinou. Mesmo não tendo a chance de finalizar o ensino fundamental, defendeu em vida o estudo como único caminho para o encontro da emancipação. Te levo comigo sempre, vó, a nossa conexão existe para além dos planos. Sei que atravessaremos juntos o Salão de Atos para buscar esse canudo que é parte da tua dedicação também. À minha avó paterna, Terezinha, devo a autoestima e orgulho depositados na minha profissão.

Aos meus pais, Paulo Renato e Aida Marise, devo toda a minha educação, suporte, valores e conquistas. Com eles, aprendi que sonho nenhum é impossível ou grande demais que não possa ser alcançado. Dedico o empenho nesse trabalho especialmente à minha mãe, minha primeira grande amiga e ombro para toda e qualquer situação. Mãe, obrigado por ter se mantido firme na nossa criação mesmo frente aos enrijecimentos da vida. O teu apoio foi essencial durante a escrita da pesquisa, sempre me esperando com um olhar afetuoso e palavras sensíveis. Tua generosidade faz nossos sonhos seguirem pulsando.

Valentina, minha irmã, tu sabes o quanto fostes importante em toda essa trajetória. Todas as torradas que tu me trouxe, as palavras de apoio e os chocolates divididos. Te amo.

À minha segunda mãe, Ana Amélia, agradeço com carinho por todos os ensinamentos e momentos que contribuíram para que eu estivesse aqui.

São muitos os professores que transformaram a minha trajetória e que me convenceram de que vale a pena sonhar. Vocês são muitos, mas essa conquista simboliza todo o conhecimento e a confiança depositados em mim ao longo desses anos. Em especial, dedico este agradecimento à minha orientadora, Gisele Reginato, que com muito afinho, sensibilidade e compromisso construiu esse trabalho junto comigo, página a página. Foi inspirador ser orientado por uma professora tão dedicada e comprometida com o seu ofício.

Por fim, tenho orgulho de estar finalizando a minha graduação em uma universidade pública, gratuita e de qualidade. Carrego esse título em nome de todos que somaram para que essa graduação fosse possível.

*É necessário preservar  
o avesso, você me disse.  
Preservar aquilo que ninguém vê.  
Porque não demora muito e a cor da  
pele atravessa nosso corpo e determina  
o nosso modo de estar no mundo.*

***Jeferson Tenório, em O Averso da Pele***

## RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo geral identificar os sentidos sobre como os corpos negros são representados no jornalismo de moda da revista digital da Elle Brasil. De acordo com a problematização, os objetivos específicos se propõem a: a) apresentar a política editorial da revista Elle Brasil, especialmente sua versão digital; b) mapear os sentidos construídos sobre corpos negros pelo jornalismo de moda da Elle Brasil desde o lançamento da revista digital e c) contextualizar os sentidos encontrados com o debate sobre raça e representação na moda. O *corpus* da pesquisa compreende 12 textos publicados entre novembro de 2020 e maio de 2024 na Elle View. A estruturação do trabalho perpassa pela conceituação de raça e representação, demarcando a diferença racial e a construção da identidade do negro. O referencial teórico também explora os atravessamentos entre as finalidades jornalísticas e seus valores com o eixo temático de revistas de moda. A metodologia de pesquisa mobilizada para realizar a pesquisa é a Análise de Discurso (AD) de linha francesa. Com a aplicação da AD nesta monografia, foram mapeadas 59 sequências discursivas (SDs), que constituíram duas formações discursivas (FDs): a representação do negro pela reprodução e a representação do negro pela ruptura. Os sentidos que compõem as formações discursivas são: o racismo pela violência e o racismo pela contestação, o negro belo, o negro único e o negro agente. A análise da pesquisa demonstrou que o discurso da revista digital da Elle Brasil apresenta um progressismo na reiteração dos seus sentidos sobre os corpos negros. Os deslizamentos de sentidos identificados não invalidam a reconstrução do discurso sobre a representação do negro engendrada pela Elle, mas sinalizam o desafio para o jornalismo – e para a sociedade – de se atentar para que cada vez mais se possibilite uma pluralidade de imaginários sobre o negro.

**Palavras-chave:** jornalismo de moda; jornalismo de revista; discurso; representação; representação do negro; Elle; Elle Brasil; Elle View

## ABSTRACT

This research aims to identify the representations of Black bodies in the fashion journalism of Elle Brazil's digital magazine. According to the research problem, the specific objectives are: a) to present Elle Brazil's editorial policy, particularly its digital version; b) to map the meanings constructed about Black bodies by Elle Brazil's fashion journalism since the launch of its digital magazine; and c) to contextualize these meanings within the broader debate on race and representation in fashion. The research corpus includes 12 texts published between November 2020 and May 2024 in Elle View. The structure of the work involves the conceptualization of race and representation, highlighting racial differences and the construction of Black identity. The theoretical framework also examines the intersections between journalistic purposes and values with the thematic focus of fashion magazines. The research methodology employed is French Discourse Analysis (DA). Using DA, 59 discursive sequences (DSs) were identified, forming two discursive formations (DFs): the representation of Black people through reproduction and the representation of Black people through rupture. The meanings within these discursive formations include: racism through violence and racism through contestation, the beautiful Black person, the unique Black person, and the Black agent. The research analysis shows that, as a rule, Elle Brazil's digital magazine discourse demonstrates a progressive stance in reiterating its meanings about Black bodies. The identified ideological shifts do not undermine the reconstruction of meanings about Black representation by Elle but indicate the challenge for journalism—and society—to strive for an increasingly diverse array of representations of Black individuals.

**Keywords:** fashion journalism; magazine journalism; discourse; representation; representation of Black bodies; Elle; Elle Brasil; Elle View

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> - Segmentação da revista Elle Brasil por faixa etária.....	53
---	----

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> - Editorial “É tão bom”. Elle Brasil, 2022.....	16
<b>Figura 2</b> - Retrato da “Vênus Hotentote”.....	26
<b>Figura 3</b> - Naomi Campbell posa para o perfil de Azzedine Alaïa na edição de 1989 da revista Elle USA.....	33
<b>Figura 4</b> - Diana Ross estampando capa da revista <i>Vanity Fair</i> em março de 1989.....	35
<b>Figura 5</b> - Primeira edição impressa da Vogue Brasil, em 1975.....	48
<b>Figura 6</b> - Primeira edição impressa da Elle Brasil, em 1987.....	49
<b>Figura 7</b> - Primeira edição impressa da Elle. França, 1945.....	51
<b>Figura 8</b> - Print da página de abertura da Elle View, revista digital da Elle Brasil.....	54
<b>Figura 9</b> - As cantoras Mc Carol e Malia estampam capa da Elle View.....	63
<b>Figura 10</b> - Capas da Elle View estampadas por Erika Hilton, Lennon, Tasha e Tracie.....	73
<b>Figura 11</b> - Capas da Elle View estampadas por Alcione e Ludmilla, Pathy Dejesus e Arlo Parks, respectivamente.....	78

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> - Especificidades entre os campos de jornalismo e revista.....	43
<b>Quadro 2</b> - Corpus da pesquisa.....	59
<b>Quadro 3</b> - Análise dos sentidos.....	60

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	15
<b>2. RAÇA E REPRESENTAÇÃO</b> .....	19
2.1 Representação, identidade e diferença.....	19
2.2 O negro no discurso jornalístico.....	25
2.3 O corpo negro feminino em revistas de moda.....	31
<b>3. JORNALISMO, MODA E REVISTA</b> .....	37
3.1 Papel social do jornalismo, memória e finalidades.....	37
3.2 Jornalismo de revista.....	41
3.3 Jornalismo de moda.....	46
3.3.1 Cobertura de moda no Brasil.....	48
3.4 A revista Elle.....	50
3.4.1 A versão digital: Elle view.....	54
<b>4. ANÁLISE</b> .....	56
4.1 Estratégias metodológicas.....	56
4.2 Construção do <i>Corpus</i> .....	59
4.3 O discurso da Elle View sobre corpos negros.....	60
4.3.1 FD1: A representação do negro pela reprodução.....	61
4.3.2 FD2: A representação do negro pela ruptura.....	69
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	79

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

## APÊNDICE A - PESSOAS NEGRAS NA ELLE VIEW

## 1. INTRODUÇÃO

A revista Elle é um veículo consolidado como instrumento de consumo de jornalismo de moda no Brasil e no exterior. A primeira edição da revista, que nasceu na França, tem origem em 1945, e no Brasil, chega em meados de 1988. É interessante pensar que a publicação surge como uma revista bastante forte nacionalmente, mas com as transformações do digital e nos formatos do fazer jornalístico de moda, encerra seus trabalhos no país em 2018, após trinta anos de participação na pavimentação do jornalismo de moda brasileiro.

Desde o lançamento que marcou a sua volta ao Brasil, em julho de 2020, a revista retomou o formato impresso. Além disso, incluiu ao escopo a publicação de edições digitais através da Elle View e também passou a contar com um podcast próprio. O impresso possui três publicações distintas: a Elle Brasil, a Elle Brasil Decoration e a Elle Brasil Men. O título principal, Elle Brasil, é publicado a cada três meses, totalizando apenas quatro edições anualmente – diferentemente do online, em que as edições são publicadas mensalmente. Tanto os editoriais e matérias da revista impressa Elle Brasil, quanto os da revista digital Elle View, evidenciam a presença de corpos diversos e narrativas jornalísticas que expõem questões pertinentes socialmente para além de peças de roupas.

A característica que sinaliza o posicionamento da marca após o seu retorno está principalmente nas representações veiculadas e no público que se pretende atingir. Anteriormente, a Elle já possuía um apelo em se comunicar com a mulher classe média e trabalhava na tradução dos códigos da alta costura numa espécie de intermediadora entre as passarelas e as tendências a serem incorporadas no cotidiano. Sobretudo, é no seu retorno que percebemos uma intenção evidente em expor novos rostos, corpos diversos, diferentes tons de pele e vozes de recortes amplos para compor o material da revista.

A construção do imaginário social e a percepção das representações acerca do outro também dizem respeito aos discursos produzidos. Logo, se somos atravessados pelas diferentes ideologias que circundam o tecido social, é imperativo considerar o papel do jornalismo de moda em reiterar ou construir sentidos sobre a realidade. Por isso, acredito que seja pertinente refletir sobre as representações que são articuladas pelo jornalismo de moda acerca de corpos pretos, especialmente nos sentidos construídos a partir da revista digital da Elle Brasil.

Com isso, o objetivo geral da pesquisa está em identificar os sentidos sobre como os corpos negros são representados no jornalismo de moda da revista digital da Elle Brasil. Os objetivos específicos se propõem a: a) apresentar a política editorial da revista Elle Brasil, especialmente sua versão digital; b) mapear os sentidos construídos sobre corpos negros pelo jornalismo de moda da Elle Brasil desde o lançamento da revista digital e c) contextualizar os sentidos encontrados com o debate sobre raça e representação na moda.

O meu objetivo pessoal de angular a pesquisa à observação da representação de corpos negros na revista Elle View advém de um interesse que foi sendo construído na medida em que fui nomeando os interesses que me rodeiam. Seja pela percepção da moda como forma de comunicar e de elaborar a estrutura social, do jornalismo como instrumento fundamental na propagação da informação ou do constante questionamento sobre a reiteração de determinados discursos na representação de corpos negros. Em um primeiro momento, foi um editorial da revista impressa, em 2022, que me fez considerar a Elle Brasil como potencial objeto empírico a ser analisado. “É tão bom”, editorial que faz uma releitura das paquitas, me instigou a refletir sobre a construção dos diferentes discursos referentes a corpos pretos.

**Figura 1** - Editorial “É tão bom”. Elle Brasil, 2022



**Fonte:** Página no Instagram da Elle Brasil<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CbiaygHI6FN/>> Acesso em 8 de ago. de 2024.

Com a linha de apoio “beleza e imaginação para todas as infâncias”, o editorial reconstrói o imaginário acerca das paquitas, comumente retratadas na figura de mulheres loiras. Nas fotografias da revista, mulheres pretas de diferentes idades e tonalidades de pele são as personagens que evocam essa imagem do negro e da identidade racial através de uma lógica de ruptura dos retratos de violência e racismo. Isso me fez questionar as possibilidades outras de configurar narrativas sobre o negro e a identidade racial no Brasil. Mesmo que essa pesquisa não busque especificamente analisar os editoriais da revista, ter tido contato com essas imagens do impresso foi importante para compreender o interesse em trabalhar com a Elle como objeto de investigação.

Nesse sentido, acredito pessoalmente que o trabalho foi uma oportunidade de atravessar – e de certo modo confrontar – esses questionamentos que caminham comigo. Como futuro jornalista, destaco como essencial para o desenvolvimento da minha carreira a interpretação e a sensibilidade de compreender o invisível, o não-dito, a compreensão daquilo que muitas vezes não está evidente na superfície.

Com relação ao aspecto epistemológico, compreendo os eixos narrativos e conceituais presentes na pesquisa como alternativas profissionais futuramente. Enxergo a angulação do fenômeno diretamente relacionada ao campo da comunicação, bem como ancorada nas características sumárias do jornalismo. Todavia, dentro da minha formação na Universidade Federal do Rio Grande do Sul e nas buscas em que realizei em repositórios acadêmicos da faculdade, não foi possível identificar uma diversidade de estudos que trabalhassem diretamente sobre a representação do negro e a relação com a construção de sentidos empregada pela revista Elle Brasil. Na pesquisa do estado da arte, foram encontradas pesquisas sobre a representação do negro – algumas delas incorporadas na reflexão teórica –, mas não foram localizados estudos que tratassem especificamente da angulação do tema, que articula a representação do negro através do jornalismo de moda da Elle Brasil.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> A busca do estado da arte foi feita através das palavras-chave: representação; corpos negros e construção de sentidos). Os locais de pesquisa foram os anais dos Encontros da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo e da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, além da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações.

Conforme o que fora elaborado aqui, assimilo como fundamental para as áreas de pesquisa em comunicação e moda a existência de um estudo que se dedique a compreender os processos de representação de corpos negros em revista e a construção de sentido desempenhada pelo jornalismo de moda. Para as duas frentes, tanto para o jornalismo quanto para o campo comunicacional em sua amplitude, se faz necessário assumir o comprometimento de questionar os papéis sociais e os discursos vinculados ao imaginário coletivo.

Em relação à estruturação desta pesquisa, são apresentados ao leitor cinco capítulos que estão organizados conforme os objetivos que foram previamente abordados aqui. Neste primeiro capítulo introdutório, tratamos das principais motivações da pesquisa, bem como a apresentação do objeto e a sua problematização. No segundo capítulo, é exposta a conceituação atribuída à representação enquanto fenômeno de construção de narrativas e papéis sociais, além de demarcar a relação com corpos negros. Para isso, mobilizamos autores como Almeida (2018), Borges (2012), Gilman (1985), Hall (1997, 2000, 2016), Hasenbalg (1982), hooks (2019), Pereira e Gomes (2001), Sodré (1999), Vaz e Mendonça (2002) e Viana (2020).

No terceiro capítulo, o papel social, os valores e as finalidades do jornalismo são abordados, destacando como as práticas jornalísticas são articuladas em revistas e no campo da moda. Nesta seção, utilizamos as obras de autores como Ali (2009), Benetti (2013), Costa (2014), Elman (2017), Furtado (2013), Henn (2012), Martins e Luca (2008), Mendes e Queirós (2021), Mira (2001), Pais (2013), Queirós (2020), Reginato (2019), Scalzo (2004), Schmitz (2007) e Silva (2014).

O quarto capítulo, além de tratar da análise da pesquisa, indica a Análise do Discurso (AD) de linha francesa de acordo com Orlandi (2007), Benetti (2007, 2016) e Reginato (2019), como metodologia utilizada para realizar o trabalho. A seção também compreende o corpus da pesquisa – que contém 12 textos selecionados da revista digital da Elle Brasil entre novembro de 2020 e maio de 2024 – e os resultados da análise que sinalizam os sentidos identificados em duas formações discursivas: a representação pela reprodução e a representação pela ruptura. As considerações finais colocam-se como um espaço de conclusão e reflexão acerca dos sentidos levantados.

## 2. RAÇA E REPRESENTAÇÃO

Este capítulo busca expor a conceituação atribuída à representação enquanto fenômeno de construção de narrativas e papéis sociais acerca de corpos negros. Para a abordagem, serão mobilizados principalmente os autores Stuart Hall (2016) e bell hooks (2019)<sup>3</sup>.

### 2.1 Representação, identidade e diferença

As reflexões sobre o conceito de representação atravessam vários autores e podem atuar na definição de trabalhos a partir de diferentes eixos disciplinares. Para Stuart Hall (2016), a representação poderia ser brevemente definida como a técnica ou a prática por meio da qual integrantes de uma cultura fazem o uso da linguagem. Nesse contexto, a linguagem pode ser assimilada como qualquer sistema que empregue signos<sup>4</sup>, qualquer sistema significativa que opere na produção de sentidos.

Na abordagem semiótica, a representação foi entendida com base na forma como as palavras funcionam como signos dentro da linguagem. Contudo, em primeiro lugar temos que, em uma cultura, o sentido frequentemente depende de unidades maiores de análise [...]. A semiótica parecia confinar o processo de representação à linguagem, e tratá-la como um sistema fechado, bastante estático. Desenvolvimentos posteriores se tornaram mais preocupados com a representação como uma fonte para a produção do entendimento social – um sistema mais aberto, conectado de maneira mais íntima às práticas sociais e às questões de poder. [...] Mesmo que a linguagem, de algum jeito, “fale sobre nós” (como Saussure tendia a argumentar), também é importante notar que em certos momentos históricos algumas pessoas têm mais poder para falar sobre determinados assuntos do que outros [...]. Modelos de representação, argumentaram esses críticos, devem focar nesses aspectos mais amplos de conhecimento e poder (Hall, 2016, p. 77-78).

Alicerçados neste panorama apresentado por Hall (2016), temos a representação como uma ferramenta de utilização da linguagem, partindo do contexto social e necessariamente apoiada sobre as subjetividades das práticas

---

<sup>3</sup>Cabe destacar que sobretudo Hall e hooks foram selecionados para guiar a maior parte do conteúdo que estamos tratando, visto que ambos foram identificados como os norteadores mais próximos ao delineamento teórico requisitado para a sustentação da análise a ser realizada posteriormente. Além disso, por serem pesquisadores negros, atuantes em diferentes períodos históricos, consideramos também pertinente como representação de raça para a própria reflexão do trabalho.

<sup>4</sup>Este trabalho não irá adentrar nas reflexões da semiótica, mas consideramos pertinente essa ponderação, a partir de Hall. Ressaltamos que expressões como “signos”, “significações”, “imagem” e “códigos” – também presentes nas teorias relativas à semiótica – serão articuladas ao longo da pesquisa para compreensão do conceito de representação.

sociais e das relações de poder. Sendo assim, a teorização conduz um gancho narrativo para que seja possível tematizar a representação de corpos negros no jornalismo de moda da revista Elle Brasil. Aprofundaremos mais tarde essa noção, partindo do pressuposto de que a representação do negro também envolve a negociação de sentidos entre o que é posto ou empregado pela revista e o que o sujeito assimila.

Ainda de acordo com o autor, é através da linguagem que conseguimos compreender os sentidos que estão incorporados em determinada cultura. A ponte realizada entre as representações e os sentidos sociais são intermediados a partir da linguagem. Assim, a linguagem pode ser caracterizada por três signos próprios: as palavras, os sons e as imagens. “Eles indicam ou representam os conceitos e as relações entre eles que carregamos em nossa mente e que, juntos, **constroem os sistemas de significados da nossa cultura**” (Hall, 2016, p.37, grifos nossos).

Hall (1997) articula que é preciso considerar a centralidade da cultura quando tratamos do impacto das revoluções culturais no estabelecimento da subjetividade, da identidade e da pessoa como um ator social. O autor enuncia que até recentemente a lógica impunha que essa percepção fosse separada convencionalmente entre áreas disciplinares distintas como a sociologia e a psicologia – “embora se tivesse sempre admitido que todo modelo sociológico carregava dentro de si certas pressuposições psicológicas acerca da natureza do sujeito individual e da própria formação do ‘eu’ – e vice-versa” (Hall, 1997, p. 24).

Contudo, através das questões impostas pela cultura, ele nos propõe que reconhecamos o enfraquecimento dessa fronteira entre a sociologia e a psicologia. Ainda que os significados sejam subjetivamente válidos, em paralelo, eles se conectam objetivamente no mundo contemporâneo – o que o autor exemplifica quando menciona as ações comuns, as instituições, os rituais e as práticas. A inclinação em demarcar a linguagem e o significado para teorizar sobre a centralidade da cultura tem colaborado para diminuir essa separação das esferas do social e do psíquico.

Com isso, podemos assegurar que os sentidos se relacionam com os sistemas de representação, responsáveis por fixarem social e culturalmente determinada concepção. O sentido se justifica enquanto mutável e passível de reformulação, dado que é muito maior do que o próprio objeto, pessoa, coisa ou palavra no qual está seu direcionamento.

Para a pintura funcionar, o espectador, quem quer que ele ou ela seja, deve primeiro se sujeitar ao discurso dela e, dessa forma, tornar-se o espectador ideal da pintura, o produtor de seus sentidos – seu “sujeito”. Isso é o que significa quando é dito que o discurso constrói o espectador como um sujeito – pelo que queremos dizer que ele constrói um lugar para o sujeito-espectador que está olhando e produzindo um sentido para a cena (Hall, 2016, p. 107).

Segundo Hall (2016), existiram três momentos históricos importantes na organização e estruturação da sociedade ocidental que articularam ou influenciaram a percepção coletiva sobre raça<sup>5</sup> e as imagens que representavam a diferença racial. O primeiro deles se refere à relação estabelecida entre comerciantes europeus e reinos da África Ocidental, que aconteceu no século XVI, corroborando com os sistemas de escravidão ao redor do planeta. O segundo episódio foi o Novo Imperialismo, período em que transcorreu a colonização e a partilha do continente africano entre os países colonizadores europeus (1884). O terceiro momento se deu a partir da confluência de migrantes do “Terceiro Mundo” para a Europa e América do Norte no espaço-tempo pós Segunda Guerra Mundial (1945).

Hall (2016) considera em seus estudos as relações de poder como importantes para a interpretação do conceito de diferença e na construção representativa de determinados grupos. Desse modo, as representações de grupos hegemônicos sobre sujeitos considerados e lidos como diferentes socialmente ou expostos à diferenciação podem estar condicionadas a um caráter binário de “bom/mau, civilizado/primitivo, feio/excessivamente atraente, repelente por ser diferente/cativante por ser estranho e exótico” (Hall, 2016, p. 145).

Na estruturação da linha de pensamento que estamos estabelecendo – para a compreensão dos códigos que estruturam e organizam o conceito de representação de acordo com Hall –, é plausível que realizemos uma breve intersecção entre o que já fora mencionado a respeito e as definições que o pesquisador atribui a um outro importante conceito: a identidade. Essa noção também contribui com o embasamento teórico desta pesquisa, na medida em que as mediações sobre a identidade são importantes para o entendimento da representação pelo viés racial.

No ensaio “Quem precisa da identidade?”, presente na obra “Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais”, Hall (2000) defende que na

---

<sup>5</sup>Abordamos raça ao longo da pesquisa como viés de diferenciação sociológica – e não biológica –, conforme elaborado por Stuart Hall (2016).

pós-modernidade existe uma lógica de desconstrução das formulações anteriores do que já tínhamos como referencial sobre as perspectivas identitárias. O autor afirma que essa reformulação atravessa várias áreas disciplinares, “todas as quais, de uma forma ou outra, criticam a ideia de uma identidade integral, originária e unificada” (Hall, 2000, p. 103).

Assim como fora apresentado nas definições que integram a representação, a identidade é posta por Hall (2000) também como um conceito que procede sob comando das intervenções e modificações sociais. Ele pontua que a identidade acompanha as mudanças e as transformações que acontecem no contexto coletivo – ela é alterada conforme uma série de variáveis referentes ao período exato da sua historização.

Essa concepção aceita que as identidades não são nunca unificadas; que elas são, na modernidade tardia, cada vez mais fragmentadas e fraturadas; que elas não são, nunca, singulares, mas multiplamente construídas ao longo de discursos, práticas e posições que podem se cruzar ou ser antagônicos. As identidades estão sujeitas a uma historização radical, estando constantemente em processo de mudança e transformação (Hall, 2000, p. 108).

Hall (2000) pondera como a identificação<sup>6</sup> poderia ser assimilada no contexto empírico – nos delineamentos que partem da linguagem de senso comum. De acordo com o autor, a identificação desperta no reconhecimento daquilo que tem origem comum a algo ou a alguém, até mesmo de características e ideais que sejam similares entre os grupos e as pessoas. “É em cima dessa fundação que ocorre o natural fechamento que forma a base da solidariedade e da fidelidade do grupo em questão” (Hall, 2000, p. 106).

Percebemos, então, que existe uma convergência entre identidade e representação que é pautada pelas construções sociais, mas, principalmente, pelas relações de poder que habitam e se articulam nessas construções. A partir dessa perspectiva, Hall (2000) argumenta que as identidades dizem respeito à maneira como a utilização dos recursos da história, da linguagem e da cultura é apropriada nas representações de quem somos diante do olhar do “Outro”. E ele vai além, destacando o poder que a representação da identidade exerce sobre o imaginário coletivo. Essa lógica extrapola a simplificação de compreender o conceito de

---

<sup>6</sup> Nesse caso, Hall (2000) está tratando da identificação como significação da identidade; a identificação deriva da identidade.

representação apenas pelo viés daquilo que foi “desenhado” sob a ótica de alguém, de um terceiro.

Pelo contrário, Hall (2000) amplia o entendimento do conceito de identidade através da representação. Ele propõe que as identidades não sejam limitadas ou restritas a definir “quem somos” ou “de onde viemos”. Todavia, aponta para o impacto provocado por essas representações do “Outro”, das imagens que elas evocam de alguém, de um determinado grupo ou de si próprio. Em vista disso, as imagens e os sentidos operados pelo modo como somos representados podem influenciar na forma como enxergamos a nós mesmos e o que imaginamos como referencial de quem podemos nos tornar.

Elas [*as identidades*] têm a ver, entretanto, com a questão da utilização dos recursos da história, da linguagem e da cultura para a produção não daquilo que nós somos, mas daquilo no qual nos tornamos. Têm a ver não tanto com as questões “quem nós somos” ou “de onde nós viemos”, mas muito mais com as questões “quem nós podemos nos tornar”, “como nós temos sido representados” e “como essa representação afeta a forma como nós podemos representar a nós próprios” (Hall, 2000, p. 109).

Isso quer dizer que, na medida em que as identidades existem – independentemente do fato de estarem interseccionadas ou não às representações –, elas são reforçadas a partir dos pontos de identificação e pela capacidade de provocarem exclusão. A identidade ganha força na sua possibilidade de “deixar de fora, transformar o diferente em ‘exterior’, em abjeto” (Hall, 2000, p.110). As identidades, assim, são forjadas também na sua “margem”, naquilo que possuem a mais, em excesso (Hall, 2000). A concepção de homogeneidade e de unidade são a prova disso. Tudo aquilo que é tido como instintivo/irrefletido no conceito, que dá vazão a uma noção de natural, é equivocado.

O termo identidade imprime a necessidade de “fechamento” (Hall, 2000, p. 111), o que o autor define como a carência de algo, aquilo que falta. Hall (2000) conclui que a identidade também é formada a partir da segregação, de colocar à margem o que é tido como diferente – ela é construída através dos jogos de poder e da exclusão.

Após a revisão das noções de representação e de identidade, cabe fazer um cruzamento com a racialidade, aspecto fundamental para essa pesquisa. No livro “Cultura e Representação”, especificamente no subitem “Significando a ‘diferença’ racial”, Hall (2016) demarca as necessidades de racializarmos o “Outro”. Ele vai

tratar sobre a inevitabilidade de perceber as nuances raciais diante das representações e de toda a bagagem discursiva que elas provocam.

É através dessa linha narrativa que Hall (2016) sinaliza como as representações populares da “diferença racial” foram agrupadas durante o período da escravidão. Para o pesquisador, existia uma concencetração ao redor de dois temas preponderantes nesse contexto representacional. A primeira se referia à representação do negro “subordinado” e intrínseco à preguiça – que paradoxalmente dispunha de uma capacidade servil “natural”, ao mesmo passo que era “teimosamente indisposto a trabalhar de forma apropriada e rentável para seus senhores” (Hall, 2016, p. 169). Já o segundo tema englobava os negros representados como “primitivos”, geneticamente inaptos de adequarem-se aos “refinamentos civilizados” – o que era, inclusive, motivo de divertimento e escárnio entre os brancos, quando percebiam os esforços dos negros em performar os ditos costumes dos “civilizados” (Hall, 2016, p. 169).

Contudo, ele chama a atenção para como essa convicção – tida pelos escravocratas – de que a diferença presente nas representações racializadas era de ordem “natural”, na verdade, não passava de uma estratégia representacional para reafirmar permanentemente a diferença. Ora se as diferenças entre negros e brancos fossem “culturais”, elas seriam passíveis de reformulação, poderiam ser readequadas conforme o período. Sobretudo, quando enquadradas nessa proposição de naturais, as diferenças são colocadas com a intenção de produzirem um significado específico – acabam por fixar um discurso próprio e ideológico.

Para os negros, “primitivismo” (cultura) e “negritude” (natureza) tornaram-se intercambiáveis. Esta era sua “natureza” e eles não poderiam escapar. Como tantas vezes aconteceu na representação das mulheres, sua biologia era seu “destino”. Os negros não eram apenas representados em termos de suas características essenciais. Eles foram *reduzidos à sua essência*. A preguiça, a fidelidade simples, o entretenimento tolo protagonizado por negros (*coonin*<sup>7</sup>), a malandragem e a infantilidade pertenciam aos negros *como raça, como espécie*. Para o escravo de joelhos não havia mais nada, *senão* sua servidão; nada de pai Tomás, *exceto* sua tolerância cristã; nada para a Mammy, *exceto* sua fidelidade à casa dos brancos e aquilo que Fanon chamou de “sho’ nuff good cooking”, a comida deliciosa que ela preparava (Hall, 2016, p.173, grifos do autor).

---

<sup>7</sup> Hall (2016) expõe a categoria racista com que personagens negros eram enquadrados nesse tipo de programa de treinamento. De acordo com o *Cambridge Dictionary*, o termo “coonin” é uma palavra extremamente ofensiva para uma pessoa negra [*an extremely offensive word for a Black person*].

Por fim, para Hall (2016), há uma tendência perversa no apossamento da “naturalidade” como ordem instintiva e involuntária do acontecimento das coisas – dado que por esse prisma: “os homens brancos deveriam ficar sentados e os escravos, em pé [...]; os capatazes brancos deveriam inspecionar as escravas como se elas fossem animais valiosos e punir os escravos fugitivos com formas de tortura casuais” (Hall, 2016, p. 171).

## **2.2 O negro no discurso jornalístico**

Em que medida os discursos da mídia permanecem atados a estigmas e estereótipos? Como contribuem para a cristalização do racismo? É o que Rosane da Silva Borges (2012) indaga enfaticamente na obra “Mídia e Racismo”. A pesquisadora está se referindo aos sistemas de representação recorrentes e instaurados socialmente aos quais pessoas negras são atreladas nos meios midiáticos, como televisão, jornais impressos e revistas.

A autora argumenta que é importante pensarmos a temática da mídia relativa às representações do Outro, em função de o imaginário tomar forma a partir desse nexos – envolvendo “discriminações acerca do certo ou do errado, melhor ou pior, belo e feio, normal e desviante, adequado e inadequado, próprio e impróprio” (Borges, 2012, p. 178). Essas discriminações ratificam padrões com os quais ordenamos nossos horizontes identitários, nossos ideais culturais, nossa maneira de ser e estar no mundo.

Quando nos debruçamos sobre a relação do negro com a mídia compreendemos que os sentidos socialmente atribuídos a este grupo têm relação com as heranças de desigualdade a que eles estão sujeitados. “O intento de fazer do negro um ser invisível não deveria chamar a atenção em uma cultura que, proclamando-se racialmente democrática, está permeada pelo ideal obsessivo do embranquecimento” (Hasenbalg, 1982, p. 105). Para Hasenbalg (1982), o racismo e as desigualdades raciais no Brasil possuem influência das representações construídas e dos sentidos direcionados à imagem das pessoas negras no país. “A identidade do negro está basicamente definida pelo branco” (Hasenbalg, 1982, p. 106).

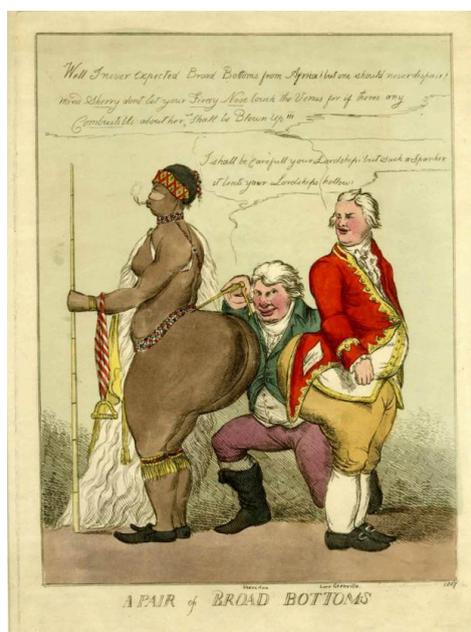
As imagens do presente possuem conexão com imagens de períodos anteriores, dado o esquema de manutenção do discurso que é abastecido com

signos e sentidos atualizados, mas já existentes – conforme abordado por Hall (2016).

As referências do passado às vezes parecem desaparecer, mas em termos de articulação ganham nova roupagem, permanecem, na maioria das vezes, como suporte de construção de imagens de negros, índios (o cinema americano que o diga), mulheres e outros segmentos vulneráveis (Borges, 2012, p. 188).

Para esboçar e exemplificar o cenário de convergência entre as imagens do passado e as do presente, Borges (2012) utiliza o discurso incorporado sobre o caso da “Vênus Hotentote” para debater os sentidos que interpelam a representação da mulher negra nos meios midiáticos (Figura 1). *Saartjie Baartman*, ou Sarah Baartman, como foi alcunhada por seus patrões, nasceu em 1789, na África do Sul, na província do Cabo Oriental. Seus traços e nádegas proeminentes, comum em mulheres hotentotes, provocaram a curiosidade e a atenção de viajantes europeus. Com 21 anos, em 1810, foi levada pelo inglês Dunlop para Londres, país que foi o primeiro palco do que seriam os anos seguintes de escárnio das suas características físicas. Exposta como um animal, na desumanização da sua figura, mais tarde rodou outros países da Europa com apresentações que reuniram um número considerável de pessoas, em sua maioria homens.

**Figura 2** - Retrato da “Vênus Hotentote”



Fonte: BBC News Brasil <sup>8</sup>

<sup>8</sup>Disponível  
<[https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/01/160110\\_mulher\\_circo\\_africa\\_lab](https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/01/160110_mulher_circo_africa_lab)>. Acesso em: 30 mar. 2024.

em:

<[https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/01/160110\\_mulher\\_circo\\_africa\\_lab](https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/01/160110_mulher_circo_africa_lab)>. Acesso em: 30 mar. 2024.

Gilman (1985) avalia que os sentidos empregados sobre a “Vênus Hotentote” configuraram uma situação tipificadora do que seria a mulher negra. Para ela, as características físicas de Baartman tornaram-se o referencial de diferenciação sexual, ela foi universalizada como a noção máxima do que as mulheres negras poderiam representar socialmente. Borges (2012) alega que é nessa trincheira que se encontram os primeiros discursos que fundam no imaginário comum a concepção da mulher negra como um ser lascivo e de sexualidade desviante.

Pensar a representação do negro veiculada ao discurso jornalístico é reconhecer que, por muitas vezes, a ausência da sua figura nesse espaço é o que molda a constituição da sua identidade – um não-lugar. Para Vaz e Mendonça (2002), o exemplo disso se dá no apagamento de narrativas de corpos negros em espaços que contrariam os estereótipos de pobreza e escassez, como nos cadernos de economia e espaços jornalísticos de exaltação e consagração dos títulos de “sucesso”. É interessante pensar quem ilustra a figura de diretores de empresas, grandes acionistas, investidores da bolsa de valores e vozes respeitadas da economia.

Esse apagamento da representação de corpos negros não se encerra no espaço econômico dos jornais, pois, segundo os autores, se estende também aos cadernos de informática, às colunas sociais, à política e aos contextos que simbolicamente representam posse ou status. E, ainda que exista uma exceção para toda regra, “são raras as ilustrações que exibem negros em situação de mando, coordenando ações ou decidindo os rumos de uma nação ou de um grande empreendimento” (Vaz; Mendonça, 2002, p. 3). A visibilidade dos negros está concentrada na maior parte das vezes no que envolve suas festas, celebrações religiosas e momentos de rebeldia ou revolta, complementam Vaz e Mendonça.

Os autores alertam para como funciona o processo de composição da imagem do negro no jornalismo impresso:

O negro é, em muitas das imagens [...], um habitante do mundo da miséria e da criminalidade. Pelos tortuosos caminhos da alteridade, ele parece se locomover com destreza, eclodindo em uma forma de representação, que em nada favorece o fortalecimento de sua auto-estima (Vaz; Mendonça, 2002, p. 10)

Assim como já anteriormente defendido por Hall (2016) e reforçado por Hasenbalg (1982), essas representações tidas como negativas do negro são fruto

---

de uma visão externa, secundária. É sobre um constante esforço em desenhar e reafirmar esse Outro socialmente a partir daquilo que foi definido como diferente, periférico, à margem.

De acordo com Vaz e Mendonça (2002, p. 10), “nos jornais impressos, o negro, em geral, não se dá a ver, mas é visto”. Isso expõe uma noção de que os negros são representados no jornalismo sempre da maneira com que “terceiros” os percebem. Dificilmente, eles têm a oportunidade de construir sentidos sobre si mesmos ou serem retratados em “primeira pessoa”, ou seja, produzir a narrativa (agente) e ao mesmo tempo ser parte dela (sujeito). Normalmente, encontram-se na posição de sujeitos. Claro, isso se deve também ao percentual<sup>9</sup> bastante desigual de jornalistas negros que compõem as redações ao redor do país, mas não iremos nos aprofundar nisso – ainda que seja importante pontuar para dialogarmos como se dá essa percepção do “Outro” racializado. Pereira e Gomes (2001) são enfáticos em destacar os meios de comunicação, nesse contexto de representação de identidades dos negros brasileiros, como contraditórios em possibilitar que eles sejam outros – que não eles mesmos.

**O racismo constitui todo um complexo imaginário social** que a todo momento é reforçado pelos **meios de comunicação**, pela indústria cultural e pelo sistema educacional. Após anos vendo telenovelas brasileiras um indivíduo vai acabar se convencendo que mulheres negras têm uma vocação natural para o emprego doméstico, que a personalidade de homens negros oscila invariavelmente entre criminosos e pessoas profundamente ingênuas, ou que homens brancos sempre têm personalidades complexas e são líderes natos, metuculosos e racionais em suas ações. (Almeida, 2018, p. 51, grifos nossos)

Partindo dessa ideia também trabalhada por Almeida (2018), dos meios de comunicação como fomentadores do racismo estruturalmente arraigado no Brasil, temos as pessoas negras tipificadas em papéis e estereótipos predeterminados. Vaz e Mendonça (2002) articulam que a representação do negro no jornalismo está distribuída principalmente em três referenciais<sup>10</sup>: o do sofrimento, o da miséria e o da criminalidade.

---

<sup>9</sup> Segundo pesquisa divulgada em novembro de 2021 pelo “Perfil Racial da Imprensa Brasileira”, somente 20,10% dos profissionais da imprensa se autodeclararam pretos ou pardos. Dados disponíveis em: <<https://www.jornalistasecia.com.br/files/perfilracialdaimpensabrasileira.pdf>>. Acesso em: 23 de jul. de 2024.

<sup>10</sup> Os autores identificaram na pesquisa outras formas de categorizar as “representações do negro” através do *corpus* obtido. Todavia, no presente trabalho, limitaram-se às temáticas preponderantes das representações jornalísticas. Sendo assim, é o que utilizaremos para compor o referencial teórico da monografia.

No enquadramento do sofrimento, determina-se que o negro seja sempre representado em situações que explicitem a sua distância das benesses da sociedade, o retrato do diferente. Na miséria, o estereótipo da pobreza, daqueles que vivem com muito pouco e abaixo do mínimo – essencialmente no contexto urbano, mas não somente: “há diversas fotografias que retratam lavradores pobres. Em algumas delas, salta aos olhos que os homens estejam descalços. [...] O sapato foi durante o período da escravidão um signo de poder e riqueza no Brasil” (Vaz; Mendonça, 2002, p.12). A terceira esfera representativa, a criminalidade, sugere que o negro esteja atrelado a narrativas visuais jornalísticas que reforcem os estereótipos de criminosos e “fora da lei”. A intencionalidade dos pesquisadores está em contestar a escassa evidência de contrapontos a esses tipos de representações.

Borges (2012) pontua que é comum que os sistemas midiáticos emoldurem o Outro em figuras restritas, apoiados, na maioria das vezes, sobre os discursos imagéticos. Sendo assim, a mídia – tratamos aqui especificamente do jornalismo – atribui a si o papel de reforçar ou dar sentido aos signos flutuantes no tecido social, utilizando códigos universais para que possam ser identificados pela grande massa – e esses códigos instauram convenções e orientam escolhas e gostos da audiência.

Com base nessa fundamentação, a autora afirma que é na tentativa de a mídia instituir padrões operacionais que ocorre a sedimentação de um quadro comum de referências. Ela enumera falas e sotaques, vestimentas, modelos de beleza e procedência geográfica como balizadores que interferem na maneira ou no “*modus*” de representar características específicas por meio da escrita, da filmagem ou do jeito de fotografar. Assim, a lógica impõe a escolha de enquadramentos daquilo que deve ser mostrado ou ocultado, o que, facultativa e tendenciosamente, sintetiza o “universal do homem”. Desse primado, tem-se que mesmo no Brasil ou em outros países, esses sistemas comuns de informação/representação delimitam e singularizam o que é relatado e mostrado, definindo com isso os modelos e estilos de vida possíveis.

Todas essas construções dizem respeito à maneira com que concebemos o outro, fomentando enraizamentos que explicam nossos modos de “avaliar, aceder, aprovar, reprovar códigos de conduta e formas de apresentação (estética e, às vezes, moral)” (Borges, 2012, p. 184). É através daquilo que está impregnado nas

idealizações concebidas pelo jornalismo que vamos formando uma concepção, um desenho do outro.

A pesquisadora reafirma que é evidente a importância de previamente categorizar os textos midiáticos e definir formatos para filtrar o emaranhado infinito de possibilidades que surgem nos enunciados imagéticos. É por meio dessa organização e categorização dos textos midiáticos que emergem as divisões que sublinham o que está fora do padrão. Essas divisões não são apenas técnicas, mas também residem em implicações mais profundas da forma como percebemos e interpretamos o que está sendo comunicado. “Existem regras que definem o coletivamente comum e, portanto, aceitável, o modelo de dever-ser” (Borges, 2012, p.184).

Conforme enunciado por Sodré (1999, p. 21):

[...] É evidente que em toda esta suposta pluralidade, permanece sempre a decisão de que só o ocidental é modelo de dever-ser. O não-ocidental pode apenas chegar a “sub”, isto é, a cumpridor de normas, executor de modelos. Quanto ao transculturalismo, não é noção que se deduza até agora da análise das diferenças concretas, mas do imaginário de uma cultura política única, fundada na utopia iluminista e liberal de uma democracia universalista.

Borges (2012) reitera que os meios de comunicação com certa frequência retratam pessoas negras de maneira tipificada, empregando signos que recorrem aos desgastados estereótipos midiáticos. Os padrões parecem repetir a lógica de representação estabelecida ao longo do tempo. Mesmo com algumas alterações na representação racial da pessoa negra, especialmente nos espaços televisivos e publicitários, ainda existe atualmente uma predisposição à homogeneização dessas representações.

Quando consideramos as generalizações provocadas pela mídia brasileira e pelos veículos jornalísticos, é possível que identifiquemos um retrato marcado por estigmas e estereótipos incessantes. As muitas possibilidades de empregar as linguagens nesse contexto midiático (de imagens, áudios, textos escritos, etc.) pavimentam espaços de representação e posicionam indivíduos dentro de categorias e grupos predefinidos (Borges, 2012, p. 188).

E ao que tudo indica é desse repertório que a mídia se abastece. O quadro comum de referências sobre a mulher negra oscila, então, da figura sexualmente atrativa ou do sujeito talhado para o trabalho (um infame ditado evocado em conversas informais na cena brasileira dá a dimensão disso: “branca para casar, mulata para fornicar e preta para trabalhar”). As duas categorias, do trabalho subalternizado e do prazer corporal, acompanham irrevogavelmente as imagens midiáticas da mulher negra.

Funcionam, como dissemos, como discursos fundadores, ou seja, são discursos que laboram como referência básica no imaginário constitutivo da mulher negra (Borges, 2012, p. 197-198).

Essas reflexões sobre como as questões raciais são abordadas nos meios de comunicação e, principalmente, no jornalismo, nos ajudam a compreender como o racismo é reforçado de diversas maneiras. A forma como essas questões são abordadas nos convida a interpretar a mídia como um espaço “onde as pessoas se confrontam diretamente com as representações dos diferentes segmentos sociais” (Pereira; Gomes, 2001, p. 64). Borges (2012) propõe, então, que analisemos os enquadramentos representativos aos quais pessoas negras são sujeitadas para que seja possível observar os signos articulados e a narrativa discursiva intencionada.

### **2.3 O corpo negro feminino em revistas de moda**

No que concerne à representação de determinados grupos, temos que considerar uma série de fatores, conforme indica o artigo “O racismo revelado pela ausência: representatividade negra em anúncios de revista” (Viana, 2020), que sinaliza o papel das representações de pessoas negras em revistas e a relação direta construída sobre o imaginário acerca de corpos negros no Brasil. Analisando anúncios da revista *Veja* em 2019, percebeu-se que a presença de negros na revista correspondia a apenas um terço, número consideravelmente inferior aos 53,9% de negros do Brasil<sup>11</sup> (Viana, 2020).

Para a escritora e pesquisadora bell hooks<sup>12</sup> (2019), a representação está a serviço de algo socialmente. Ela defende que o processo de representação de corpos negros cumpre um papel que precisa sublinhar as nuances e subjetividades estruturais que cruzam a organização social. E, por isso, nessa conjuntura, a

---

<sup>11</sup> Dado relativo ao ano da publicação do artigo em 2020, no XXIX Encontro Anual da Compós. Atualmente, de acordo com o censo de 2022 disponibilizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia (IBGE), o número de pessoas autodeclaradas como pretas ou pardas representa 55,5% da população do país.

<sup>12</sup> Ainda que o olhar de bell hooks (2019) esteja bastante inclinado às questões eminentes da representação do negro e dos sentidos que atravessam esse grupo nos Estados Unidos, muitos dos apontamentos respaldam comportamentos presentes na representação do negro no Brasil. Mesmo que mais tarde na análise (quando a atenção estiver voltada para a observação da construção de sentidos operada pela revista *Elle* acerca de corpos negros) o foco esteja especificamente delimitado ao Brasil, as considerações da autora são importantes para conduzir o referencial teórico. Sendo assim, é válido que bell hooks (2019) seja mobilizada para articular um paralelo entre as indagações da representação de corpos negros em revistas de moda e as investigações que emergem para além do contexto territorial.

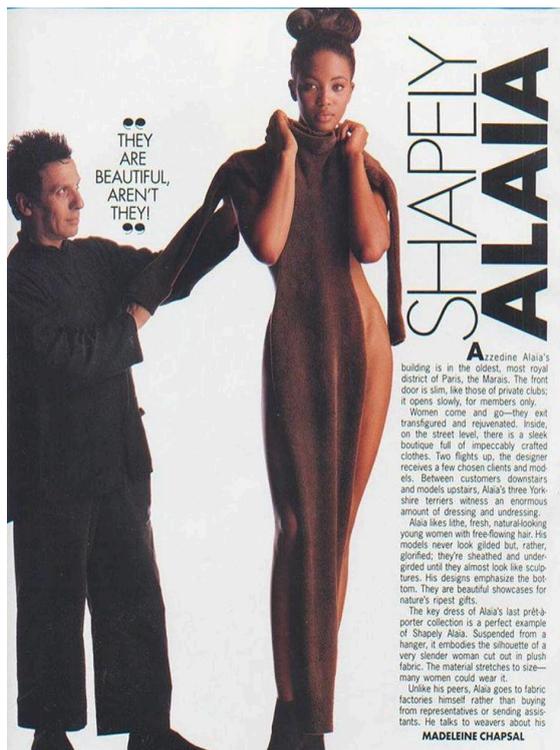
representação não é um conceito que possa ser considerado de forma isolada dos recortes raciais.

Hooks (2019) se posiciona de modo a alertar para os sentidos elaborados socialmente acerca das representações desse grupo, especialmente no caso de modelos femininas. A autora afirma que, em um contexto geral, a tendência é que modelos negras posem e sejam fotografadas nos editoriais de moda das revistas, de tal jeito que pareçam “menos com seres humanos e mais com manequins e robôs” (Hooks, 2019, p. 124). Inclusive, refletindo sobre as subjetividades e as relações de poder que fomentam esse recurso de manifestação da linguagem e dos sentidos, hooks pondera que para as modelos com “traços pouco convencionais”, como mulheres que não têm lábios finos, pele clara e cabelos lisos, a regra é adotar penteados com perucas lisas.

Há alguns anos, quando houve muitas reclamações sobre a relutância das revistas de moda em incluir imagens de mulheres negras, supunha-se que a presença de tais representações desafiaria por si só o estereótipo racista que insinua que mulheres negras não são bonitas. Hoje, as mulheres negras estão presentes nas revistas de formas que tendem a renovar os estereótipos existentes. É mais provável que as modelos de pele escura apareçam em fotografias com seus traços distorcidos (hooks, 2019, p. 124-125).

Com o intuito de conduzir a argumentação através de exemplos reais de como a representação de mulheres negras em revistas de moda ganha sentido(s), a autora chama a atenção para uma edição de 1989 da revista Elle norte-americana. Na ocasião, Naomi Campbell (modelo identificada na Figura 2 abaixo) estampa um breve perfil do estilista Azzedine Alaïa. Podemos observar que na imagem ambos estão de pé – tanto o estilista quanto a modelo. Azzedine apresenta uma certa distância de Naomi, que está nua e tem parte da sua silhueta envolta por uma peça de roupa que também está sendo segurada pelo estilista. Nas palavras de bell hooks (2019), a composição da imagem expressa uma concepção negativa. “Usando um penteado liso ridículo, ela está nua, segurando o vestido diante de seu corpo” (hooks, 2019, p. 124).

**Figura 3** - Naomi Campbell posa para o perfil de Azzedine Alaïa na edição de 1989 da revista Elle USA



Fonte: Página de conteúdo de moda no Instagram .<sup>13</sup>

Não obstante, também somos capazes de reconhecer o poder de um dos signos que compõem a linguagem e que neste caso, sozinho, encarrega-se de reforçar a conotação negativa da representação de corpos negros: a palavra. Para fixar a representação no imaginário social, empregando ordem aos sentidos, como fora visto anteriormente nos estudos de Hall (2016), as palavras trabalham em comunhão com a imagem. No perfil de Alaïa, uma legenda ganha destaque ao lado do corpo de Naomi: “*THEY ARE BEAUTIFUL, AREN'T THEY!*” – em tradução livre: “Elas são lindas, não são?!”.

Nesse sentido, segundo a autora, as aspas do estilista junto à imagem constroem um arranjo que nos confunde, de modo a interpretar que esteja sendo feito um juízo de valor da modelo, mas não do vestido. Para hooks (2019), a maneira com que as informações do texto foram articuladas à imagem transparece a noção de que a peça é tão exclusiva ou digna de encantamento que até mulheres negras podem ficar bonitas fazendo o uso da roupa certa. Ela reforça o seu raciocínio quando, ao adentrar na matéria, sinaliza que, na verdade, o comentário de Azzedine de nada se relaciona à modelo, mas possui relação com a coleção. “No senso de moda contemporâneo pós-moderno, a mulher negra é o melhor meio para

<sup>13</sup> Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BsD89FFMtJ/>> Acesso em: 13 de mar. de 2024.

mostrar as roupas, pois sua imagem não tira os méritos do traje: está subordinada a ele” (hooks, 2019, p. 124).

Segundo Lélia Gonzalez, as representações de pessoas negras no Brasil recebem um sentido positivo apenas nos contextos em que o grupo esteja entretendo, quando estão a serviço da distração alheia:

As imagens mais positivas vistas das pessoas negras são aquelas que representam os papéis sociais atribuídos pelo sistema: cantor e/ou compositor popular, jogador de futebol e “mulata”. Em todas estas imagens há um elemento em comum: a pessoa negra é um objeto de divertimento (Gonzalez, 1974 apud Hasenbalg, 1982, p. 107).<sup>14</sup>

É cabível evocarmos Hall (2000) para pensarmos como a articulação da representação de corpos negros se dá em revistas de moda nos seus diferentes enquadramentos, pois o autor alega que mesmo existindo “mecanismos gerais comuns no mundo inteiro que se associam às práticas de racismo” (Hall, 2000, p. 112), existem formas próprias de cada sociedade articular a execução desta atividade. E, por isso, é importante ater-se às particularidades e aos recortes específicos de cada configuração social.

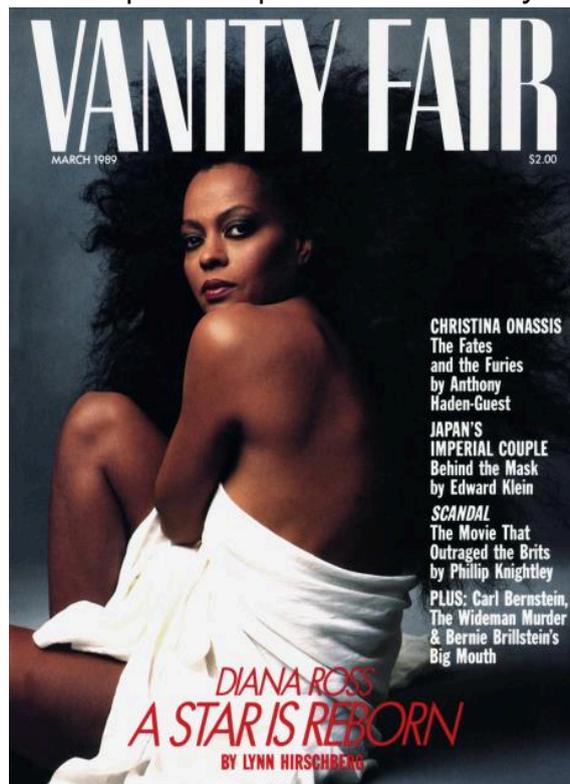
A análise crítica a respeito de capas de revistas também foi feita por hooks (2019). A reflexão partiu de um de seus cursos sobre as políticas da sexualidade, em que examinava as relações entre raça e sexo. Na circunstância, fora analisada uma capa de março de 1989, da revista *Vanity Fair*, na qual a modelo que assinava a capa era a cantora Diana Ross.

Conforme ilustra a Figura 3, Diana Ross está posando contra um fundo branco, seminua e com parte do corpo coberto por um tecido branco que se assemelha a um lençol. Hooks chama a atenção para o que em suas palavras seria o elemento mais chamativo do retrato: os “cabelos negros caindo a seu redor. Havia tanto cabelo que ele parecia consumir seu corpo (que parecia frágil e anorético), negando a possibilidade de que aquele corpo nu pudesse representar a agência sexual ativa de uma mulher” (hooks, 2019, p. 123). Ela observa também o tecido branco como relevante na construção da imagem, assimilado como “uma fralda”, reforçando a infantilização e a inocência que são contempladas neste enquadramento de sexualização das mulheres.

---

<sup>14</sup> Gonzalez, Lélia, “Racism and its Effects in Brazilian Society”, trabalho apresentado na Women's Conference on Human Rights and Mission, World Council of Churches, Genebra, julho de 1979, p. 4.

**Figura 4** - Diana Ross estampando capa da revista *Vanity Fair* em março de 1989



Fonte: Arquivo on-line da revista *Vanity Fair*<sup>15</sup>.

Para contrapor a hipersexualização da mulher negra que ocorre nestes cenários, hooks (2019) reforça que é preciso transgredir os sentidos atrelados à sexualidade feminina negra:

Quando nós mulheres negras nos relacionamos com nossos corpos, nossa sexualidade, de formas que põem o reconhecimento erótico, o desejo, o prazer e a satisfação no centro de nossos esforços para criar uma subjetividade radical da mulher negra, podemos criar representações novas e diferentes de nós como sujeitas sexuais. Para isso, precisamos estar dispostas a transgredir as barreiras da tradição. Não devemos nos furtar do projeto crítico de interrogar e explorar abertamente as representações da sexualidade da mulher negra que aparecem em todo lugar, especialmente na cultura pop (hooks, 2019, p. 131).

Nas palavras de hooks (2019), o penteado liso que Diana Ross está utilizando para o editorial, definido pela autora como “quase [como] uma coberta”, constrói um símbolo análogo ao que seriam “imagens pictóricas antigas de Eva no Jardim do Éden” (hooks, 2019, p. 123). A escritora defende que tal composição evoca selvageria, “uma sensação de mundo natural”, quase um paradoxo a uma cultura que expressa com reforços o desejo de que mulheres negras não sejam “sujeitas sexuais”, mas sujeitadas à sexualidade. “Uma vez que o cabelo é

<sup>15</sup> Disponível em: <<https://archive.vanityfair.com/issue/19890301>> Acesso em: 16 de mar. 2024.

produzido como mercadoria e comercializado, ele reforça ideias contemporâneas de que beleza feminina e atratividade podem ser compradas” (hooks, 2019, p.123).

Ela analisa que a capa em questão contrasta antagonicamente branquitude e negritude, na medida em que os códigos da branquitude sorrateiramente tomam a chance de qualquer subversão na lógica de representação dos corpos negros femininos em revistas de moda. “A branquitude domina a página, obscurecendo e apagando a possibilidade de qualquer afirmação do poder negro. O desejo mais visível nessa capa é o da mulher negra de incorporar e ser rodeada pela branquitude” (hooks, 2019, p. 123).

A partir da discussão de raça e representação trabalhada neste capítulo, na sequência do trabalho vamos focar na intersecção de três pontos fundamentais para a pesquisa: o jornalismo, a revista e a moda.

### 3. JORNALISMO, MODA E REVISTA

Nesta seção, buscamos explorar o papel social, os valores e as finalidades do jornalismo, focando especialmente nas práticas jornalísticas em revistas e no eixo temático de moda. Ambos os campos trabalham de modo a produzir sentido sobre o cotidiano e significam de certa maneira a realidade – é o que pretendemos tratar na elaboração teórica para ser aprofundado e problematizado posteriormente na análise.

#### 3.1 Papel social do jornalismo, memória e finalidades

Temos de reconhecer o papel do jornalismo neste contexto como uma ferramenta que interfere na lógica do cotidiano e da realidade. De acordo com o raciocínio firmado, é inerente ao jornalismo o seu poder de dar sentido à realidade. Martins e Luca (2008) afirmam que é na década de 1950 que a imprensa brasileira – através do seu aprimoramento gráfico, editorial, linguístico e empresarial – ganha um lugar institucional que permitiu-lhe, a partir de então, transmitir oficialmente, sob um viés comprometido com a verdade, os acontecimentos e, assim, constituir-se como registro factual. Nesse sentido, para as autoras, o jornalismo abriu mão de ocupar um espaço de propagação de polêmicas, críticas e doutrinas, dando lugar a um jornalismo que privilegiava a informação (difundida objetiva e imparcialmente na configuração de notícia) e que a distinguia (editorialmente e graficamente) da opinião e do comentário pessoal.

Segundo Martins e Luca (2008), em decorrência dos termos firmados nesse ideal dos valores jornalísticos, presentes na estruturação da notícia e da informação, o jornalismo passou a adotar as técnicas norte-americanas do *lead* e da pirâmide invertida. Essas alterações propiciaram que o jornalismo se firmasse enquanto fala autorizada em relação à apresentação do real.

A manifestação jornalística passou a se revestir de uma atmosfera de fidelidade aos fatos, que lhe conferiu poder social. Atualmente, é através das suas operações discursivas que se realiza a atividade de construção de sentido sobre as transformações da realidade.

Para Reginato (2019), as finalidades do jornalismo estão concentradas em 12 ações principais, sendo elas: a) informar de modo qualificado; b) investigar; c) verificar a veracidade das informações; d) interpretar e analisar a realidade; e) fazer

a mediação entre os fatos e o leitor; f) selecionar o que é relevante; g) registrar a história e construir memória; h) ajudar a entender o mundo contemporâneo; i) integrar e mobilizar as pessoas; j) defender o cidadão; k) fiscalizar o poder e fortalecer a democracia; l) esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade. Nesse sentido, as finalidades do jornalismo<sup>16</sup> propostas pela autora tendem a organizar e orientar a percepção e construção do fazer jornalístico.

Esse é um paralelo importante e que se faz necessário em ser problematizado para compreender mas, sobretudo, distinguir o que é jornalismo daquilo que se distancia da prática profissional. Sendo assim, assumimos a informação deve ser tratada e processada pelo jornalismo com objetivos e finalidades evidentes, conforme exposto por Reginato (2019). Para o entendimento acerca do jornalismo enquanto prática profissional, é perceptível que todas as finalidades mencionadas justificam a importância do saber para as construções de sentidos sobre a realidade. Contudo, há uma das finalidades que está fortemente associada ao escopo do trabalho, sendo ela a que acusa como função do jornalismo esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade.

Quando Reginato (2019) articula sobre o esclarecimento do cidadão a partir do jornalismo, ela disserta que está sob encargo da prática munir o leitor de modo que ele reconheça o funcionamento do mundo em toda a sua complexidade, diversidade e pluralidade – além, é claro, da sua importância (do jornalismo) em auxiliar na formação da opinião pública.

O esclarecimento só ocorre de forma interligada com a apresentação da pluralidade da sociedade: o jornalismo só consegue promover o esclarecimento no sentido iluminista do termo quando apresenta ao leitor que o mundo é mais complexo do que ele imagina. Se o jornalismo mostra sempre as mesmas pautas, parece que o mundo é sempre do mesmo jeito. Trazer a complexidade do mundo ajuda na formação da cidadania e na formação de uma opinião pública crítica, esclarecida e atuante (Reginato, 2019, p. 241).

Delimitando a discussão acerca da responsabilidade do jornalismo em conduzir o leitor a um conhecimento múltiplo e diverso da sociedade, é relevante pensarmos sobre a força da profissão em se apropriar da realidade e produzir ou alimentar determinados enquadramentos. Segundo Henn (2012), desde o século

---

<sup>16</sup> Na obra “As finalidades do jornalismo”, a autora nomeia como finalidade jornalística toda ação profissional que expresse conotação equivalente a de: “função, papel social, objetivo, missão, necessidade, dever, obrigação ou responsabilidade” jornalístico/a (Reginato, 2016, p. 231).

XIX, o jornalismo fundiu-se como uma das principais instâncias mediadoras da semiosfera e através de suas práticas passou a delimitar a percepção daquilo que temos como real. Tido como uma instituição que atravessa épocas continuamente significando os fatos, o jornalismo também exerce uma condição potente em configurar as memórias coletivas – com a posse de excluir ou criar certos espaços dentro da cultura e do convívio público. Para o autor, as suas próprias características como os padrões textuais e a diagramação, enfoques estereotipados e a mesma tipologia de fontes, replicadas no tempo, instituem formatos repetitivos sobre a percepção do mundo e da história.

Através dessa lógica, Henn (2012) reconhece que segmentos marginalizados são sujeitos a uma condição de silenciamento. Mendes e Queirós (2021) destacam que é possível que identifiquemos isso na “representação que é direcionada a grupos sociais específicos, como as mulheres, os pobres, os negros e também nas assimetrias presentes nos debates sobre gênero, raça e racismo” (Mendes; Queirós, 2021, p. 63). Por isso, Henn (2012) postula que esses grupos historicamente reservados ao silenciamento tenham direito à tomada de recapitulação de suas memórias, uma vez que elas tenham sido negadas pelo enquadramento jornalístico vigente.

De acordo com o autor, o jornalismo opera como um configurador de memórias coletivas porque é através dele que se destacam tendências de manutenção e de padrões repetitivos, que reforçam determinadas orientações destas memórias no imaginário coletivo.

O jornalismo constitui espaço semiótico em que se articulam confluências de várias semioses. Através delas, realidades sociais são construídas por conta de agenciamentos, tais como critérios de noticiabilidade, hierarquização, seleção e exclusão de fatos, agendamento e, principalmente, enquadramentos. Estes dispositivos, além de dar forma ao noticiário no seu consumo imediato, também constroem memória coletiva midiaticizada em pelo menos dois níveis: no registro mental de determinados acontecimentos que atravessam o tempo, mesmo que sua divulgação se esgote na temporalidade da difusão; e pelos arquivos que geram nos vários suportes, que podem ser acionados em novas semioses. Por conta disso, defende-se que a memória coletiva midiaticizada precisa ser pensada nos termos dos enquadramentos promovidos pela produção jornalística (Henn, 2012, p.167).

Dessa maneira, destaca-se que o processo de construção social possibilitado pelo jornalismo é segmentado por uma dinâmica complexa de interesses e saberes.

Queirós (2020) sinaliza que isso está intrinsecamente articulado nas diretrizes e valores compartilhados dentro de uma redação – de tal modo, que consolidam regras “profissionais que articulam uma forma de escrutinar os contextos sociais, encenam modos de ver e definem quais vozes merecem ser ouvidas e quais devem ser emudecidas” (Queirós, 2020, p. 144).

Partindo desse pressuposto, Mendes e Queirós (2021, p. 64) defendem que é possível postular que o jornalismo configure uma “topografia” para corpos específicos – cujas definições são percebidas sob uma lógica por vezes preconceituosa, que evoca racismo ou exotismo. Silva (2014) enuncia e pondera que existe uma correspondência direta entre as percepções cultivadas pelo jornalismo e pela sociedade.

Silva (2014) é enfática em apontar que as percepções promovidas pelo jornalismo refletem as visões predominantes na sociedade. Dessa forma, pensando sobre as estruturas de poder dominantes, devemos reconhecer que o jornalismo não apenas informa, embora essa seja a primeira noção sobre o seu papel. Sobretudo, ele desempenha um papel educativo e cultural, orientando como as pessoas devem se comportar e interagir no mundo.

A expectativa que se deposita no jornalismo, enquanto discurso público, é que ele consiga difundir discursos plurais e abarcar visões de mundo diferentes de forma a viabilizar e problematizar – assuntos que muitos jornalistas e veículos ainda tratam de forma desviante, como racismo, homofobia, machismo e temas de direitos humanos (Reginato, 2019, p. 242).

Na esfera pública há vozes que tendem a alcançar repercussão, enquanto outra parcela de sujeitos reconhece o silenciamento dos seus discursos e a assimetria com que o jornalismo executa o seu papel frente a situações específicas ou decorrente de grupos marginalizados (Queirós, 2020). A sistemática desse processo pode ser assimilada justamente nos espaços de relevância e produção de sentido, conforme elabora Queirós:

Os grupos mais poderosos exercem no âmbito social um vasto domínio sob os papéis, gêneros, oportunidades e modalidades de falas públicas. O poder apresenta-se, portanto, de modo mais sistemático na configuração do discurso, notadamente, nos termos de sua produção material, distribuição e influência (Queirós, 2020, p. 82-83).

Reginato (2019) também elabora que é papel e dever do profissional que atua como jornalista “inserir o singular em um contexto e explicá-lo para o leitor, construindo sentidos sobre como o mundo funciona, estabelece valores e prioridades” (p. 241). Para que a informação jornalística qualificada seja alcançada, conforme a autora, é imprescindível que ela seja verificada, relevante, contextualizada, plural e envolvente.

### 3.2 Jornalismo de revista

Antes de tratarmos do que é usualmente designado como “jornalismo de revista”, é imprescindível assimilar a relação entre o jornalismo como campo do conhecimento e a revista como materialidade (Benetti, 2013, p. 44). Nessa situação, não devemos deixar de considerar as características que circundam o jornalismo de revista – como o lugar dos interesses institucionais e de propagação do consumo (Benetti, 2013).

De acordo com Scalzo (2004), a primeira revista publicada no mundo teve origem na Alemanha, em 1663. *Erbauliche Monaths-Unterredungen*, ou Edificantes Discussões Mensais, “tinha cara e jeito de livro e só é considerada revista porque trazia vários artigos sobre um mesmo assunto – teologia – e era voltada para um público específico” (Scalzo, 2004, p. 19). O novo formato proposto pela publicação alemã inspirou outros semelhantes ao redor do mundo, como na França (*Journal des Savants*), em 1665, na Itália (*Giornali dei Litterati*), em 1668, e na Inglaterra (*Mercurius Librarius ou Faithfull Account of all Books and Pamphlets*), em 1680.

Para articular sobre a revista como objeto teórico, Benetti (2013) toma o jornalismo “como modo de conhecimento e como discurso” (p. 45). O objetivo da autora quando propõe que sigamos por esse caminho é de que seja exposto o poder interpretativo do jornalismo de revista, ao que Benetti refere-se como hermenêutico. Ela destaca que o jornalismo de revista é um tipo específico de discurso que costura sentidos sobre o mundo de forma lenta, reiterada, fragmentada e emocional.

Para Furtado (2013), a revista é um dos melhores referenciais no que diz respeito à produção do jornalismo segmentado. Ela é destinada a um público próprio e sua aquisição é por meio do ato de compra – ou, no caso da Elle View que será analisada nesta pesquisa, demanda assinatura, indicando da mesma forma que é destinada a um público segmentado e específico. Segundo Scalzo (2004), a

revista surge justamente com esta missão que a diferencia de outros meios: se direcionar a públicos característicos e nichados, tratando de assuntos de maneira mais aprofundada do que em jornais, mas, ainda assim, menos do que em livros.

Como resume Mira (2001), segmentar é a melhor maneira de se capacitar para descobrir rapidamente novos nichos de mercado, identificando interesses e desejos do público leitor. Ela acrescenta que existe uma relação entre o que os produtores do mercado chamam de segmentação e as mudanças societárias recentes. Segundo a autora, a segmentação da produção cultural nos últimos anos parece ser o resultado de uma especificação maior das ofertas, cruzando-se as variáveis de classe, gênero e geração. Conforme as pesquisas de mercado, depois do sexo do leitor, a faixa etária e a classe socioeconômica são as mais importantes para traçar o seu perfil.

A segmentação é uma estratégia através da qual se procura atingir novos nichos de mercado. Porém, revela com clareza que as variáveis que recortam os nichos são sociais como, por exemplo, o gênero (“mulher executiva”), a geração (“gente aposentada”) ou a questão étnica (“executivo negro”). Para tornarem-se segmentos de mercado, evidentemente, eles devem ter potencial de consumo (“o que precisamos é ter mercado – de leitores e anunciantes”). Mas, antes de serem mercado, onde estavam as mulheres, os negros, os aposentados? Naturalmente, eles já existiam, mas não haviam se manifestado como alteridades, não haviam ganhado visibilidade, não haviam expressado sua diferença em relação a outros segmentos [...] (Mira, 2001, p. 214, grifos da autora).

O lugar conquistado pela revista ao longo do tempo advém da possibilidade do seu próprio formato em alternar textos de variados assuntos em um mesmo lugar com imagens para ilustrá-los. É no decorrer do século XIX, principalmente na Europa e nos Estados Unidos, que a revista passa a ditar o que é moda, como o mundo é e de como ele deve ser (Scalzo, 2004, p. 20). Isso se deve ao fato – com um aumento dos índices de escolarização –, de que existia uma população letrada e alfabetizada que possuía interesse em ler e se instruir, mas com menos profundidade do que era apresentado pelos livros, percebidos como “instrumentos da elite” (Scalzo, 2004, p. 20).

Através dessa razão, a revista passou a ocupar um “espaço entre o livro (objeto sacralizado) e o jornal (que só trazia o noticiário ligeiro)” (Scalzo, 2004, p. 20). A revista estabeleceu uma maneira de conectar essa população que emergia em busca do conhecimento e do saber, circulando informações sobre os novos

tempos, a nova ciência e as novas possibilidades – tendência que Benetti (2013) nomeia como o “contemporâneo”.

Benetti (2013) destaca que é nesse contexto de desenhar o que é ser contemporâneo (atualidade) e também através do perfil de leitor que busca os saberes e os conhecimentos relativos à sua época que o jornalismo de revista firma o seu poder em amarrar sentidos sobre o que já está velho, ultrapassado – e, por consequência, define o que merece ser substituído. Como encontramos nas palavras da autora, “o sujeito busca estar de acordo com o espírito do seu tempo” (Benetti, 2013, p. 46), o que permite que a revista diga o que importa saber no momento, como se deve agir ou se imaginar agindo.

Ora, provavelmente o saber mais importante, para a maioria dos seres humanos, seja o saber sobre a sua época: o que se diz, o que se pensa, como se aprende, do que se gosta, o que se deseja, aonde se vai, como se enfrentam os dilemas da existência (Benetti, 2013, p.46).

Benetti (2013) expõe sumariamente alguns pressupostos que se apresentam e contribuem para a diferenciação dos campos do fazer jornalístico e da configuração da revista:

#### Quadro 1 - Especificidades entre os campos de jornalismo e revista

O jornalismo	Já a revista
1. É uma forma de conhecimento que trata do presente e dos eventos que dizem respeito ao homem;	1. É uma materialidade com características singulares;
2. Utiliza mapas culturais de significado que circulam na sociedade;	2. Está subordinada a interesses econômicos e institucionais;
3. Contribui para consolidar normas, práticas, quadros interpretativos e supostos consensos;	3. É segmentada por público e por interesse;
4. Tem natureza pública;	4. É periódica;
5. Institui-se em um quadro de relações assimétricas de poder;	5. É durável e colecionável;
6. Estrutura-se a partir das noções de verdade e de credibilidade;	6. Apresenta-se como um repositório diversificado de temas da atualidade;
7. Legitimou-se historicamente como uma prática autorizada a narrar a realidade;	7. Trabalha com a reiteração de grandes temáticas;
8. Diz-se representativo da diversidade social;	8. Contribui para formar a opinião e o gosto;
9. Apresenta-se como um sistema perito;	9. Permite o exercício de diferentes estilos de texto;

10. Obedece a interesses econômicos ou institucionais que podem estar em desacordo com seus princípios deontológicos;	10. Utiliza critérios de seleção específicos para definir a capa;
11. É afetado pelas escolhas do jornalista, que está submetido a constrangimentos políticos, econômicos, estruturais, hierárquicos, temporais e éticos;	11. Apresenta uma estética particular, em que arte e texto são percebidos como unidade;
12. É afetado por questões técnicas e relativas ao suporte midiático; e	12. Compreende a leitura como um processo de fruição estética; e
13. É um discurso com regras próprias de constituição e de reconhecimento, inscrito em um contrato de comunicação.	13. Estabelece uma relação direta e emocional com o leitor.

**Fonte:** Quadro organizado pelo autor conforme Benetti, 2013, p. 44-45.

Observamos, segundo Benetti (2013), que a revista – ao contrário do jornal e ao invés de exercer o papel de ser um compilado dos acontecimentos que compõem o cotidiano – está para o leitor como detentora de um saber específico, um conhecimento especializado. A sua intenção principal ou serviço está em informar para públicos já estabelecidos, próprios. Contudo, a autora chama a atenção para um jeito também particular da revista em construir essa relação com o seu público e agregar, assim, valor ao produto e ao seu nicho: gerar um vínculo emocional com a sua comunidade. É a partir desse sentimento, da provocação do desejo de pertencimento, que a revista consegue se conectar com quem a lê: “[...] é preciso também construir um vínculo emocional, para que o leitor sinta a revista como ‘sua’, como parte de sua rotina, como uma necessidade, como algo a ser esperado e **cujo consumo possa ser ritualizado** (Benetti, 2013, p. 47, grifos nossos).

A emoção, que Benetti explicita como ponto focal para a conquista do leitor, pode ser encontrada muito antes de se chegar ao texto ou à matéria escrita. De acordo com Scalzo (2004), a fotografia é o primeiro maior impacto para quem consome a revista, está afixada nela o grande poder de sedução, de convite ao que será apresentado, sobretudo, a depender da sua qualidade. Isso, segundo a autora, porque as fotos exprimem das pessoas “reações emocionais”, convidam a imergir no tema, a se aprofundar no que ainda não se conhece (Scalzo, 2004, p. 69). É papel das fotografias, mobilizando Scalzo (2004), excitarem, entreterem,

surpreenderem, informarem, comunicarem ideias ou servirem como apoio para o letramento do leitor acerca da matéria.

Scalzo (2004) defende a importância da fotografia na composição da revista, destacando também a tendência do apelo visual como fundamental para pensar a relevância do uso de imagens. Em uma pesquisa mencionada no livro, Scalzo compartilha que uma matéria de uma coluna da *Veja*, sem foto ou ilustração, foi lida por somente 9% dos assinantes, contra 15% de leitores em outra matéria também de uma coluna de texto, mas alternada com foto ou ilustração.

Todavia, considerar a importância apenas das fotos não basta. Existe um jogo de alternâncias e combinações entre o posicionamento da imagem e do texto, que também devem conversar entre si: “e, se as fotografias são as principais portas de entrada, numa página, para os leitores, as legendas têm que funcionar como maçanetas” (Scalzo, 2004, p. 70). As legendas precisam servir de apoio direto às fotos, colaborando na condução da narrativa e estimulando a instrução do leitor. Por isso, devemos nos ater ao conteúdo que, por vezes, pode passar despercebido ou ser tratado como inofensivo, banal – desde a configuração da página até a maneira como as palavras são distribuídas, tudo é intencionado de alguma maneira e por alguma razão. O que a autora argumenta é que desde que foi publicada a primeira revista ilustrada, criou-se uma noção de nunca mais separar texto de imagem, devido ao fato de que “a fotografia e a revista parecem ter nascido uma para a outra” (Scalzo, 2004, p. 71) – seja pela qualidade do papel ou da impressão, as revistas sempre souberam valorizar a fotografia.

Quando tratamos da fotografia, nesse contexto do jornalismo de revista, é oportuno que seja pontuada a diferença entre a foto que estampa uma matéria em um jornal impresso, por exemplo, de uma que abre uma reportagem em uma revista. É importante ter em mente essa distinção, visto que no jornalismo diário, “*hard news*”, uma foto montada e ensaiada dificilmente ganharia espaço de divulgação. Já no jornalismo executado em revista, isto é possível e, muitas vezes, é o esperado:

[...] há outro gênero de fotografia típico de revistas. São as “fotos produzidas” – um tipo de trabalho recorrente, principalmente em revistas femininas, masculinas, de moda, de beleza e decoração. Para esse tipo de foto, além do fotógrafo, é necessário contar com toda uma equipe de produção: pelo menos um produtor (ou repórter), além de cabeleireiros, maquiadores, assistentes, iluminadores etc (Scalzo, 2004, p. 71).

Outro ponto levantado por Scalzo (2004) tem relação com a maneira com que jornalistas enxergam o próprio fazer jornalístico; ela ressalta que muitos têm o entendimento do jornalismo e da produção de reportagens como intrínsecos ao relato de temas sérios, difíceis e pesados. Nos primórdios das revistas femininas, os temas giravam em torno de matérias sobre aborto, Aids e drogas. Entretanto, as revistas demonstraram um potencial de que poderiam retratar, falar e discutir tudo como reportagem, de temas sérios à situações descontraídas, desde que mantivessem os valores e as finalidades do bom jornalismo.

### 3.3 Jornalismo de moda

O jornalismo de moda, assim como o jornalismo de revista, tem suas próprias características, que o distingue de outros tipos de jornalismo. Fato esse que pode ser observado desde a relação que é constituída entre os veículos e seus anunciantes até a maneira com que a imagem e o texto serão subjetivamente incorporados nesse tipo de fazer jornalístico. Podemos constatar que tais diferenças estão diretamente marcadas pelo próprio fator da moda como fenômeno social. Ao mesmo passo que temos a moda como instrumento identitário e de reforço da personalidade, ela também é questão de informação. Costa (2014) aponta que o senso comum tende a identificar o campo da moda como objeto superficial, prestando atenção apenas nas qualidades convencionais: roupas, desfiles e revistas segmentadas (Costa, 2014, p. 14) – sobretudo, é importante considerarmos com profundidade os atravessamentos e a relevância deste fenômeno como agente transformador social.

Poucos fenômenos exibem, tanto quanto a moda, o entrelaçamento indissolúvel das esferas do econômico, social, cultural, organizacional, técnico e estético [...] Não há moda em um mundo em que as coisas duram, permanecem estáveis, envoltas na aura sagrada de um tempo que parece não passar (Santaella, 2004, p.115 apud Costa, 2014, p. 14).<sup>17</sup>

Conforme dissertado por Lipovetsky e mobilizado por Schmitz (2007), a moda é também um artifício da expressão de liberdade individual, contudo, dependente da vivência social do indivíduo:

Vejo que a lógica da moda se dá pelo uso dos trajes e cortes em voga no momento, o mesmo vestuário que é ofertado a todos os consumidores de moda, mas sem deixar de lado a iniciativa e os gostos individuais nas

---

<sup>17</sup> Santaella, Lucia. Corpo e Comunicação: sintoma da cultura. São Paulo: Paulus, 2004.

escolhas. Vejo que **a moda seria então uma eterna relação entre imitação e singularidade** (Schmitz, 2007 p. 104-105, grifos nossos).

As primeiras publicações relativas ao jornalismo de moda, segundo Pais (2013), datam quase do mesmo período em que a sociedade começou a se apropriar do conceito de moda. *Le Mercure Galant*, periódico francês de 1672, já possuía registros de crônicas e ilustrações sobre e com a moda. Outras publicações francesas – no decorrer do século XVIII – também constituem a cronologia do conceito e constatam como o segmento foi ganhando força. A autora destaca que novas formas de falar sobre moda foram sendo introduzidas pelo *Journal de la Mode et du Goût* e o *Le Journal des Dames et des Modes*. No geral, a maior parte desses escritos estabeleciam como público alvo mulheres da elite econômica – cabendo destacar que o formato de abordagem não corresponde ao que conhecemos por revista de moda atualmente.

Essas publicações apresentavam figuras e ilustrações de roupas e de mulheres com visuais completos que as leitoras pudessem seguir, um referencial imagético do que e de como ser. Pais (2013) afirma que as publicações que surgiram em meados do século XIX, como é caso do *Le Petit Courrier des Dames* e do *Nouveau Journal des Modes*, carregavam consigo moldes e modelos com as medidas para que as senhoras e costureiras da sociedade pudessem copiar fielmente os modelos das peças. Nesse período, já havia publicações e magazines que se assemelham às revistas de moda que encontramos hoje, em que a moda não precisa existir sozinha e sem estar atrelada a temas que a permeiam. Surgem, então, publicações exclusivas para o universo feminino, tratando de moda, receitas, saúde, bordados, decoração e dúvidas femininas (Pais, 2013). Então, tem-se, oficialmente, que as primeiras revistas femininas surgiram no século XVII e que a moda era parte integrante destas.

De acordo com Pais (2013), o consumo deste segmento ganha maior relevância popular e social quando a moda deixa de ser um fenômeno a ser explorado apenas pela elite, momento em que o jornalismo de moda passa a ser mais democratizado para outras classes. A facilidade na aquisição de revistas de moda ocorre não somente na Europa, mas também nos Estados Unidos. É nesta ocasião que surge a *Vogue* em Nova Iorque, em 1892 – organização referência no lançamento de novidades e tendências mundiais no que diz respeito ao circuito da moda. A proposta da *Vogue* extrapolou o conceito de publicações de roupas e

modelos, tinha um interesse em apresentar um estilo de vida: a rotina da mulher nova-iorquina da alta sociedade e as últimas peças da alta costura. Atualmente, a Vogue mantém a tradicional história e posição como revista de moda reconhecida e também divide o legitimado espaço com revistas importantes para pensarmos moda, comportamento e jornalismo, como a revista Elle.

### 3.3.1 Cobertura de moda no Brasil

Ao que se refere à cobertura de moda no Brasil, constatamos, segundo Elman (2017), que a primeira revista de moda internacional publicada no país foi a Vogue, em maio de 1975 (Figura 4) – em um primeiro momento, que perdurou até 2010, a revista foi licenciada pela Carta Editorial, passando depois para o grupo Globo em parceria com a Condé Nast. Assim como ocorrera em Nova Iorque, a Vogue chega no Brasil trazendo a divulgação de um estilo de vida das elites econômicas, empenhada em angariar os leitores brasileiros que buscavam estar a par dos padrões de consumo internacionais (Elman, 2017, p. 68).

**Figura 5** - Primeira edição impressa da Vogue Brasil, em 1975



**Fonte:** Matéria disponível no portal da Vogue Brasil<sup>18</sup>.

<sup>18</sup> Disponível em <https://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia/2015/04/primeira-capa-da-vogue-brasil-e-estrelada-por-betsy-monteiro-de-carvalho.html>> Acesso em: 11 de jul. 2024.

É somente em 1987, 12 anos depois, que a revista Elle (através da Editora Abril) chega ao Brasil (Figura 5). A revista aterriza com uma proposta de democratizar o acesso ao jornalismo de moda, com um viés menos elitizado, mirando na leitora classe média em ascensão social e profissional, interessada em uma mudança de posicionamento (Elman, 2017, p. 68). Atualmente, a Elle Brasil posiciona-se como uma revista de moda que comunica para um público jovem, de classe social A e B (Elman, 2017, p. 68) – iremos nos aprofundar na apresentação da revista, mas é plausível que a revista já seja historicizada neste contexto.

**Figura 6** - Primeira edição impressa da Elle Brasil, em 1987



Fonte: Blog "Por Dentro da Moda"<sup>19</sup>.

Postula-se, conforme Elman (2017), que no final dos anos 1980, a moda brasileira ainda era ordenada fortemente pelos referenciais estrangeiros, fato que só passou por transformação após a criação de cursos superiores de moda, em 1990. No momento, no Brasil, a semana de moda brasileira é contemplada pelo São Paulo Fashion Week, mas foram os cursos especializados – que originaram mostras como

---

<sup>19</sup> Disponível em <https://pordentrodamodabymarinact.blogspot.com/2013/02/a-historia-da-revista-elle-considerada.html>> Acesso em: 12 de jul. 2024.

Phytoervas Fashion (1993) e o Morumbi Fashion (1996) – que fizeram com que o país pudesse ser incluído no calendário da moda internacional (Elman, 2017, p. 69).

Ali (2009) problematiza a percepção da moda como algo superficial ou que não denote seriedade. Conforme apresentamos anteriormente, a moda está para além dos códigos estéticos ou de vestimentas, ela deve ser interpretada como um fenômeno social. No encontro dessa perspectiva, a autora afirma que a moda diz respeito à vida das pessoas, sua autoestima, imagem profissional e posição social (p. 219). Ali define que matérias de moda (assim como acontece com matérias de outros nichos) podem, claro, em determinadas situações reforçarem a ideia de serem pouco sérias ou superficiais – seja pelo conteúdo difundido sem razão noticiável ou pela falta de profundidade. Contudo, elas devem “ser trabalhadas profissionalmente, situando a moda num contexto amplo e diversificado; ser executadas por equipes com formação e experiência em moda, bom gosto, conhecimento do público, do mercado e dos movimentos e tendências” (Ali, 2009, p. 219).

Ela categoriza as matérias de moda em três principais tipos, sendo eles: notícia, serviço e celebridade. As matérias de notícia informam sobre tendências, desfiles, lançamentos e personalidades do meio. Enquanto isso, as de serviço tratam de quais peças usar, como e em quais ocasiões, além de compartilharem com o leitor onde comprar e quanto custam. Por fim, as matérias de celebridades mostram o que elas usam e como se apropriam dos objetos de moda no cotidiano, em situações sociais ou públicas. Ali (2009) destaca que qualquer uma das tipificações pode ser apresentada em formato apenas textual, ou em texto ilustrado com pequenas fotos, ou até mesmo em um editorial de fotos que se estendam por várias páginas, impactando visualmente. Essas adequações ao formato vão depender do leitor, dos objetivos da matéria e dos próprios recursos da revista (2009, p. 219).

### **3.4 A revista Elle**

Antes de apresentarmos a revista Elle, é importante contextualizarmos ligeiramente o período histórico em que ela surge. Segundo Ali (2009), é marcado pelo desejo de conforto, prazer e tecnologia da população após a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), que as revistas se segmentaram ao redor do mundo – atendendo às áreas específicas de interesse dos leitores. As privações e os

horrores provocados pela guerra causaram na sociedade um anseio pela vivência de momentos de conforto e diversão (como passear, praticar esportes ao ar livre), um maior fluxo de viagens por conta das transformações na indústria automobilística e a predominância da televisão como principal fonte de entretenimento (Ali, 2009, p. 360). Além desse amontoado de situações, é preciso levar em consideração outros fatos históricos, como o aumento no êxodo rural, a reivindicação das mulheres por seus direitos e a chegada do computador alterando a lógica e a dinâmica de consumo (Ali, 2009, p. 360).

Então, é nesse ínterim, em 21 de novembro de 1945, que Hélène Lazareff e seu esposo Pierre Lazareff fundam a revista francesa Elle. Inicialmente, a publicação circulou com uma edição semanal de moda que pretendia se comunicar com a jovem mulher de classe média que estava ingressando no mercado de trabalho num país que ainda lidava com os resquícios diretos da guerra e que buscava se reconstruir (Ali, 2009, p. 361).

**Figura 7** - Primeira edição impressa da Elle. França, 1945



**Fonte:** Site internacional da revista<sup>20</sup>.

A revista possuía um apelo original e ganhou a população feminina por conseguir articular com fluidez e simplicidade as ideias da alta-costura – transpondo como essas tendências poderiam ser implementadas no cotidiano de maneira mais

<sup>20</sup> Disponível em: <<https://ellearoundtheworld.com/index.php/key-facts/elle/#expansion-popup>>  
Acesso em: 25 de jul. de 2024.

acessível. Por isso, a revista foi logo percebida como uma ponte “entre o que havia de mais caro, bonito e elegante na moda francesa e o modesto orçamento da jovem que trabalhava nos escritórios, lojas e restaurantes” (Ali, 2009, p. 361). O lema da publicação democratizou de certa maneira a moda, pois propunha que, ainda que com pouco dinheiro, essas mulheres da classe média tivessem acesso ao charme e ao requinte do que desfilava nas passarelas.

Logo depois da Segunda Guerra Mundial, em 1945, na França, com a intenção de restituir à mulher francesa o gosto pela vida, Hélène Gordon Lazareff cria Elle, uma revista feminina semanal. Depois de tantos anos de privação e sofrimento, a leitora encontrou nas páginas de Elle ideias para se redescobrir, redescobrir seu país e, principalmente, recuperar sua feminilidade com pouco dinheiro. Podia transformar sua casa e sua mesa com os poucos recursos disponíveis de então. O sucesso foi imediato. Hoje, Elle é uma fórmula licenciada em 16 países e, mesmo apresentando algumas diferenças de lugar para lugar (em alguns é mais voltada para a moda, em outros não), **é uma revista que sempre vende bem onde quer que seja editada** (Scalzo, 2004, p. 24-25, grifos nossos).

A influência da revista na moda francesa e internacional é notória. Como mencionado anteriormente, a primeira edição brasileira da Elle chega ao país em 1988. Como pontua Barcelos (2017), casualmente, a Elle Brasil também emerge após um período político hostil – três anos depois da eleição indireta de Tancredo Neves para a presidência, fato que marcou simbolicamente o final dos árduos anos de ditadura. Além disso, 1988 data a promulgação da Constituição Brasileira.

Atualmente, segundo registros disponíveis no site internacional<sup>21</sup> da revista, além de estar presente em 42 países e compreender cerca de 80 edições internacionais, a marca conta com um alcance global de 250 milhões de pessoas e 32 milhões de leitores (incluindo redes sociais). As 60 plataformas digitais da marca somam 100 milhões de visitantes únicos por mês.

Quando a revista chegou ao Brasil pertencia ao Grupo Abril, editora responsável por suas publicações até agosto de 2018, momento em que a edição brasileira da revista foi descontinuada<sup>22</sup> pela empresa. É somente em setembro de 2020, sob a coordenação do Grupo Papaki, durante a pandemia de Coronavírus, que a revista retoma sua publicação<sup>23</sup> – com a intencionalidade de seguir

---

<sup>21</sup> Disponível em: <<https://ellearoundtheworld.com/>> Acesso em: 25 de jul. de 2024.

<sup>22</sup> Informação divulgada pelo Jornal Estadão em 06/08/2018. Disponível em: <<https://www.estadao.com.br/emails/moda-e-beleza/revista-elle-encerra-atividades-no-brasil/>> Acesso em: 25 de jul. de 2024.

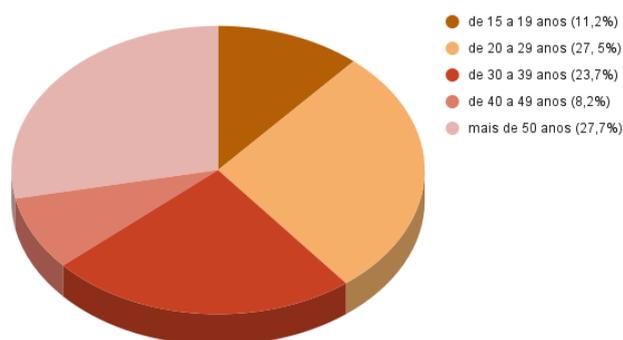
<sup>23</sup> Disponível em: <<https://elle.com.br/elleprint/elle-volume-01-capa-gilberto-gil>> Acesso em: 25 de jul. de 2024.

promovendo a cultura, a arte e a moda pelo seu viés antigo de democratização de acessos.

A primeira edição da ELLE impressa celebra a importância da cultura, nesse momento em que o setor atravessa uma de suas mais graves crises, com uma edição que vem para celebrar as artes e relembrar a sua importância na sociedade. Para representar essa esperança, três nomes que falam da atualidade, a filósofa Djamila Ribeiro, a cantora IZA e o rapper Katu Mirim, além do eterno Gilberto Gil (Elle Brasil, 2020).

No Brasil, de acordo com o último Mídia Kit<sup>24</sup> disponibilizado, antes de ser descontinuada, a revista Elle possuía um público de 276 mil leitores no impresso. Desse público, 73% são mulheres – predominantemente das classes A e B (59%). A periodicidade e marcas de circulação dependem e variam conforme o país. As edições brasileiras, sob orientação da atual editora-chefe Susana Barbosa, compreendem a circulação da Elle Brasil, Elle Brasil Decoration, Elle Brasil Men e Elle Brasil Beauté. A Elle Brasil possui 16 volumes publicados (com frequência de publicação de quatro vezes por ano – nos meses de março, maio, setembro e dezembro), a Elle Brasil Decoration (frequência anual) e a Elle Brasil Men (frequência bi-anual) possuem três volumes cada e a Elle Brasil Beauté (sem frequência registrada) possui uma única edição até o momento<sup>25</sup>. Todas as edições impressas possuem mais de uma capa, que podem estampar pessoas, objetos ou lugares diferentes em uma mesma edição.

**Gráfico 1 - Segmentação da revista Elle Brasil por faixa etária:**



**Fonte:** elaborado pelo autor conforme Barcelos (2017)<sup>26</sup>

<sup>24</sup> Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/606674310/midiakit-elle-2018>> Acesso em: 25 de jul. de 2024.

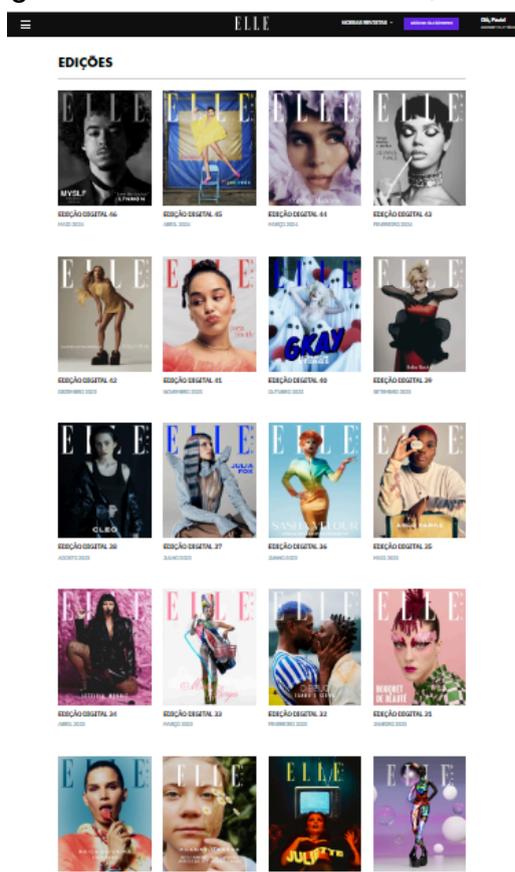
<sup>25</sup> Informações extraídas do site da revista Elle Brasil. Disponível em: <<https://elle.com.br/>> Acesso em 25 de jul. de 2024.

<sup>26</sup> Esse é o dado mais recente identificado referente a segmentação por idade. O Mídia Kit da revista que foi utilizado para a mobilização de outros dados nesta pesquisa não continha essas informações para a estruturação do gráfico exposto. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/177685/001063386.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> Acesso em: 24 de jul. de 2024.

### 3.4.1 A versão digital: Elle view

A versão digital da Elle Brasil, intitulada Elle View, lançada em julho de 2020, é um dos principais marcos do seu retorno. Pioneira em muitas frentes no jornalismo de moda, com o lançamento da revista digital, a Elle Brasil também chamou a atenção para a força e o potencial da tecnologia. Ao todo, as edições da Elle View somam 47 volumes até junho de 2024. Assim como no impresso, cada volume da edição online pode apresentar mais de uma capa para a mesma edição (Figura 7). Além do formato, a diferença entre as publicações também está na temporalidade: enquanto a impressa é publicada a cada trimestre, a Elle View possui uma frequência mensal.

**Figura 8** - Print da página de abertura da Elle View, revista digital da Elle Brasil



Fonte: imagem feita pelo autor

A revista Elle View, conforme consta na página inicial do site,<sup>27</sup> se intitula como a primeira revista de moda do Brasil totalmente digital. Assinantes possuem acesso a todas edições passadas da revista e seus respectivos conteúdos, tendo

<sup>27</sup> Disponível em: <<https://elle.com.br/>> Acesso em 08 de ago. de 2024.

como visitar as capas, artigos, matérias e editoriais que foram publicados desde o lançamento, em 2020. Para acessar o conteúdo integral da Elle View, é preciso ser assinante da revista, por isso não disponibilizo o link de cada matéria no corpus da pesquisa. Para o público não assinante, é possível conferir alguns textos mais curtos que estão no site da Elle Brasil nas abas sobre “moda”, “beleza”, “cultura”, “sociedade”, “*decoration*”, “*lifestyle*”, “*Elle à table*”, “horóscopo”, “desfiles”, “*lookbook*” e “ponto de vista”. Claro, como não assinante também é possível conferir quais revistas impressas já saíram (sem ter acesso ao conteúdo, apenas a capa), bem como a *newsletter* e o *podcast*.

#### **4. ANÁLISE DE SENTIDOS DA ELLE VIEW SOBRE MODA E CORPOS NEGROS**

Neste capítulo, procuro responder o objetivo da pesquisa, que é identificar os sentidos sobre como os corpos negros são representados no jornalismo de moda da revista digital da Elle Brasil. Para realizar a análise, irei mobilizar como metodologia a Análise do Discurso de linha francesa de acordo com Orlandi (2005), Benetti (2016) e Reginato (2019). Identifico os sentidos por meio de formações discursivas mapeadas em oito edições da revista digital entre novembro de 2020 e maio de 2024, que compõem o *corpus* da pesquisa.

##### **4.1 Estratégias metodológicas**

O foco da análise está em refletir sobre a articulação entre o jornalismo de moda e o discurso mobilizado sobre corpos negros. Para tal, compreendemos que a Análise do Discurso (AD) como estratégia metodológica será útil para trabalhar o objetivo central e os objetivos específicos. Isso, claro, considerando que o jornalismo atua como um tipo de discurso particular, conduzindo os acontecimentos com especificidades que o diferenciam de outros discursos midiáticos (Reginato, 2019). A AD possui como intuito principal compreender como um discurso funciona – analisar quais sentidos são produzidos, quem são os sujeitos e como eles enunciam, a quem esses sujeitos se referem, como articulam os discursos e quais os modos de controle do poder-dizer (Benetti, 2016).

Há, segundo Benetti (2016), quatro tipos de abordagens produtivas (que têm como objetivo responder perguntas distintas) para aplicar a AD em um estudo, sendo elas a 1) análise dos sentidos; 2) análise dos sujeitos; 3) análise do silenciamento e 4) análise da estruturação do discurso. Nesse caso, entendo que a análise de sentidos é a abordagem metodológica mais pertinente para tratar do problema de pesquisa – e é através dela que vou introduzir a AD no trabalho. Descrevendo sucintamente a análise de sentidos, é possível afirmar que ela expõe a presença de duas camadas no texto. A primeira camada refere-se ao discurso, enquanto a segunda camada (identificável somente com a aplicação do método) caracteriza a ideologia discursiva (Benetti, 2016). O exercício, então, com esta abordagem da análise, busca mapear os sentidos que se repetem, o que Benetti (2016) nomeia como marcas discursivas do sentido. O conceito que estabelece essa marcação, reforço ou repetição de sentidos é a paráfrase. Ela representa um

retorno aos mesmos espaços do dizer, produzindo formulações sobre um mesmo dizer sedimentado (Orlandi, 2007).

Essa delimitação de sentidos resulta em formações discursivas (FD) mínimas com formações ideológicas correspondentes, “ou seja, os discursos outros que [...] conformam aqueles sentidos” (Benetti, 2016, p. 248). Com isso, de modo a organizar a análise, usualmente, numeram-se os textos selecionados que compõem o *corpus* da pesquisa e deles são extraídos fragmentos importantes que respondem o problema de pesquisa, que em AD chamamos de sequências discursivas (SD) (Benetti, 2016). Cada SD também é numerada para facilitar a localização mediante o *corpus* e, além disso, o seu início e seu final são estabelecidos pela correspondência aos objetivos da pesquisa (Benetti, 2016).

De acordo com Benetti (2016), como vimos, a AD é uma metodologia guiada por um dispositivo teórico. Ela alerta que essa é uma metodologia que requer do pesquisador um olhar atento à interpretação e compreensão do seu próprio lugar enquanto sujeito do discurso – o que também é interessante para pensarmos a respeito da ideologia discursiva que nos propomos em identificar.

Orlandi (2005) circunscreve que o discurso, enquanto objeto específico, é um campo de observação que se encontra entre a Linguística e as Ciências Sociais (p. 95). A autora analisa como a assimilação da realidade está interligada às questões suscitadas pelos sentidos contidos no discurso. Para ela, a relação com a linguagem não é de maneira alguma “inocente”, não diz respeito às evidências e, na verdade, está delimitada entre o simbólico e o político (Orlandi, 2005, p. 95). Na problematização entre discurso e ideologia, Orlandi (2005) aponta que o simbólico e o político se articulam, se combinam, de tal modo que passam a se sujeitar à linguagem. Nesse sentido, a AD colabora para que tenhamos práticas de identificação e reconhecimento das maneiras de produzir sentidos e como eles são (des)alocados.

Em contraposição ao que é proposto pela Pragmática, ainda segundo Orlandi (2005), o sujeito discursivo não somente realiza atos. Ao mesmo passo que estamos significando a nós mesmos e ao mundo quando dizemos (apropriação da linguagem), a realidade se constitui através dos sentidos que geramos enquanto sujeitos. Essa intervenção no real é o que configura, para Orlandi (2005), a linguagem como uma prática – não necessariamente pela característica de efetuar

atos, sobretudo, porque provoca sentidos. Então, é nessa dinâmica que se compreende a práxis simbólica:

O sentido é história. O sujeito do discurso se faz (se significa) na/pela história. Assim, podemos compreender também que as palavras não estão ligadas às coisas diretamente, nem são o reflexo de uma evidência. É a ideologia que torna possível a relação palavra/coisa (Orlandi, 2005, p. 95).

Orlandi (2005) define que existem condições de base para que isso aconteça, como a língua sendo parte disso, e o processo sendo de caráter discursivo, possibilitando a partir da ideologia que o pensamento, a linguagem e o mundo se relacionem entre si. Nessa lógica, assumimos que é por conta da ideologia<sup>28</sup> que o sujeito se constitui e o mundo é significado. Com esse entendimento, reconhecemos que a linguagem não se dá como evidência, o que ela faz é se oferecer como um lugar de descoberta – lugar em que encontramos o discurso (Orlandi, 2005, p. 96).

#### 4.2 Construção do *corpus*

Para a construção do *corpus* da pesquisa, mapeei todas as capas da revista digital da Elle Brasil, a Elle View, desde seu lançamento em julho de 2020, até maio de 2024. Observei que, nesse período, 23 capas são estampadas por pessoas negras. As capas estão distribuídas em 16 edições, levando em consideração, como já pontuado, que uma mesma edição pode apresentar mais de uma capa. Esse mapeamento inicial consta no Apêndice A.

A partir dessa leitura prévia do material e considerando o tempo para realização da pesquisa, a opção foi selecionar as matérias<sup>29</sup> de capa que mais ajudavam a responder nossa questão de pesquisa. Dessa forma, foi realizado um recorte baseando-se na seleção de uma amostra de 2020, duas de 2021, de 2022 e de 2023 e uma edição de 2024. Priorizamos em estabelecer um recorte que pudesse extrair, apoiados no marco da temporalidade, uma melhor análise das paráfrases de sentidos elaboradas pela revista Elle no que diz respeito às representações de pessoas negras. Assim sendo, o *corpus* consolidado da pesquisa

---

<sup>28</sup> Segundo Benetti (2016), alguns pesquisadores preferem a substituição da expressão "ideológica" por outras articulações que, neste caso, podem ser empregadas como correlatas, como: cultura, história e imaginário (p. 247).

<sup>29</sup> Nas revistas de moda, as fotos são comumente marcadas por editoriais, mas as fotos de capa exercem um peso maior por representarem as matérias e os conteúdos que são mais relevantes naquela edição. Nesse sentido, partimos dessa premissa e com o intuito de analisar as matérias correspondentes às capas estampadas por pessoas negras dentro desse recorte temporal.

são matérias de 12 capas publicadas ao longo de oito edições da revista (Quadro 2). Cabe destacar que, para acessar esses conteúdos, é necessário ser assinante da revista, por isso não estão disponibilizados os links de acesso.

**Quadro 2 - Corpus da pesquisa**

Texto	Edição	Capa	Matéria	Data
T1	ED. 05	Mulheres na música: Malía	O ano de Malía	Nov. de 2020
T2	ED. 07	Close na beleza: Mc Carol	Mc Carol no front	Jan. de 2021
T3	ED. 17	Ludmilla	A rainha da favela está <i>numanice</i>	Nov. de 2021
T4	ED. 17	Alcione	Paixão nacional	Nov. de 2021
T5	ED. 21	As mulheres e o tempo: Pathy de Jesus	O que ganhei com a idade	Mar. de 2022
T6	ED. 22	Tasha e Tracie e a nova cena do Rap	Pé na porta	Abr. de 2022
T7	ED. 35	Arlo Parks	Soft Machine	Mai. de 2023
T8	ED. 42	Mulheres que transformam: Erika Hilton	“Já não cabe mais uma sociedade sem nós e que se construa nos excluindo”	Dez. de 2023
T9	ED. 42	Mulheres que transformam: Angélica Silva	Nasce uma estrela	Dez. de 2023
T10	ED. 42	Mulheres que transformam: Alessandra Araújo	Sonhos de uma tarde de verão	Dez. de 2023
T11	ED. 42	Mulheres que transformam: Thallita Flor	Mais um dia na vida de Thallita Flor	Dez. de 2023
T12	ED. 46	Livre de rótulos: Lennon	Livre de rótulos, diferente dos iguais	Mai. de 2024

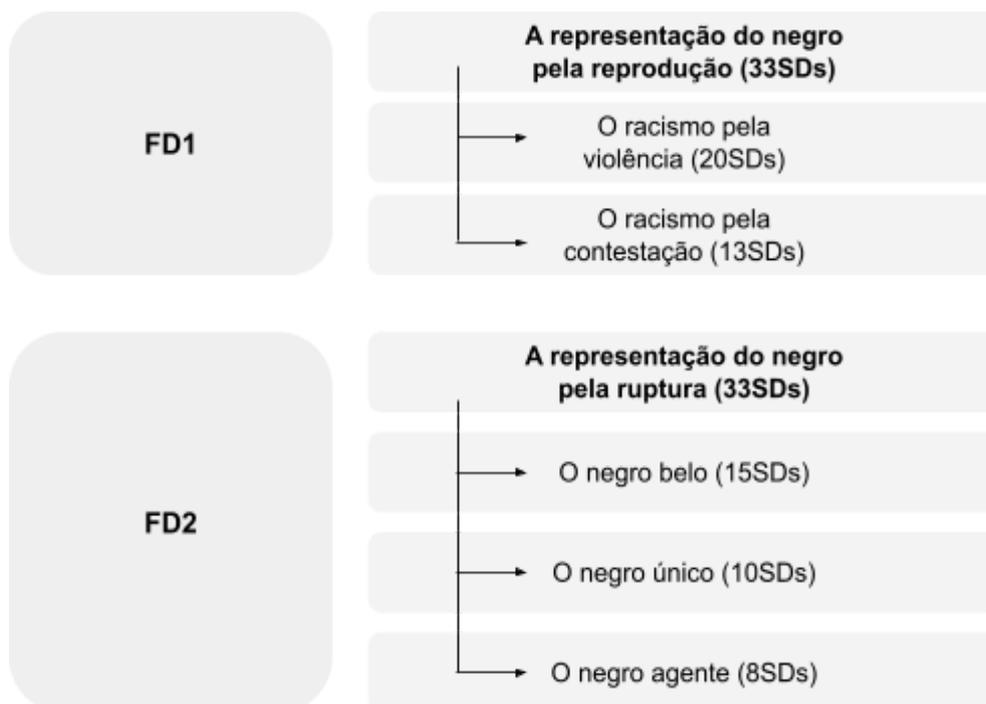
**Fonte:** elaborado pelo autor

Em seguida, serão apresentados os resultados obtidos através da análise. As sequências discursivas serão identificadas a partir da numeração dos textos registrados no quadro do *corpus* acima e demonstradas em recuo, demarcando em negrito os sentidos inferidos no discurso da revista digital da Elle Brasil no que se refere à representação de corpos negros.

### 4.3 O discurso da Elle View sobre corpos negros

A partir da análise dos 12 textos contidos no *corpus*, identificamos 59 Sequências Discursivas (SDs) relativas aos sentidos construídos pela revista digital da Elle Brasil sobre corpos negros, sendo estas agrupadas em duas formações discursivas (FDs): a representação do negro pela reprodução (33SDs) e a representação do negro pela ruptura (33SDs). Antes, é importante destacar que sete SDs se repetem ao longo dos sentidos elaborados por reiterarem mais de um sentido em uma mesma fala – as palavras grifadas mudam quando a SD passa de um sentido a outro. Por isso, a somatória de SDs ao longo da análise ultrapassa o número total de sequências constatadas. O quadro abaixo ilustra a análise que será abordada a seguir.

**Quadro 3 - Análise dos sentidos**



Fonte: elaborado pelo autor

#### 4.3.1 FD1: A representação do negro pela reprodução

A formação que carrega bastante força no discurso da revista Elle View, no que envolve a análise de como pessoas negras são representadas, é composta majoritariamente por falas que contextualizam **o racismo entre a violência e a contestação**. Essa construção de sentido corresponde a 33 SDs. A dualidade desta formação discursiva está diretamente associada às duas perspectivas que fazem parte dela: a violência e a contestação.

Diferentemente do que ocorre em outras percepções da sociedade sobre o conceito de racismo a partir da criação de estereótipos de corpos negros, foi possível identificar que a revista colabora para uma outra interpretação do racismo, engendrada a partir dessas duas perspectivas.

A primeira abordagem registrada articula o racismo pelo viés da **violência**, como ele já é usualmente tratado em outros espaços, enquanto a segunda abordagem pauta o racismo pela característica de **contestação**, demarcando uma inconformidade com a própria ideia do preconceito, da violência e da marginalização estar necessariamente associada à figura de pessoas negras e suas vivências. De certa maneira, essa proposição da revista em seu discurso simboliza um questionamento de alguns estigmas que reiteram discursos estereotipados sobre a identidade racial no Brasil. É imperativo que seja pontuada essa ação pois, assim como enuncia Almeida (2019), precisamos compreender que não basta a presença de pessoas negras em espaços de escuta, destaque ou poder para que exista de fato a representatividade.

A representatividade de pessoas negras está justamente na diversidade de assuntos, temas e memórias que compõem a identidade racial no país. Assim, considerar que pessoas negras precisam sempre ser convidadas a falar sobre racismo pelo viés da violência configura a reiteração de um sentido já contestado. Com isso, construir o sentido do racismo através da camada de contestação e reivindicação de que pessoas negras podem ser ouvidas e reconhecidas pelas coisas outras que compõem a sua identidade caracteriza a Elle View como um lugar de (re)formulação desses sentidos.

Foi identificado na análise que a representação do negro pela reprodução contém um deslizamento de sentido, pois ainda que apresente a perspectiva racial pela contestação, por outro lado reitera o sentido sobre o racismo a partir de alguns

estereótipos, do modo que outros meios já comunicam e constroem o retrato do negro, como apontado antes. Então, essa representação do negro entre a violência e a contestação pende muito mais para um discurso reproduzido do que uma nova proposição ou ruptura de imagens que caracterizem a violência, o silenciamento e a exclusão.

A seguir, vou me aprofundar em cada uma das perspectivas existentes dentro deste sentido para fazer com que o entendimento acerca da problemática seja absorvido.

- **racismo pela violência**

As quatro primeiras SDs do T1 expõem aqui como o racismo enquanto preconceito e violência se apresenta socialmente. A cantora Malía afirma que foi na escola que se viu confrontada com o racismo pela primeira vez. Ela salienta que, mesmo utilizando roupas para tentar se fazer caber em alguns espaços, o preconceito não deixou de ser um marcador na sua vida.

“O espaço físico era incrível, mas a escola não tinha uma estrutura que fizesse com que a gente se sentisse confortável para absorver aquilo. Era bem complicado, tóxico em vários níveis, **questões de racismo**. Mas fez com que eu aprendesse muita coisa.” (T1, SD1)

As pessoas têm **pouca referência de gente preta** ou têm muita, mas ignoram. (T1, SD2)

‘Tá tudo errado, um bando de **racista**. Eu sou pobre, mas **tô usando a roupa da moda e estão me olhando**’. (T1, SD3)

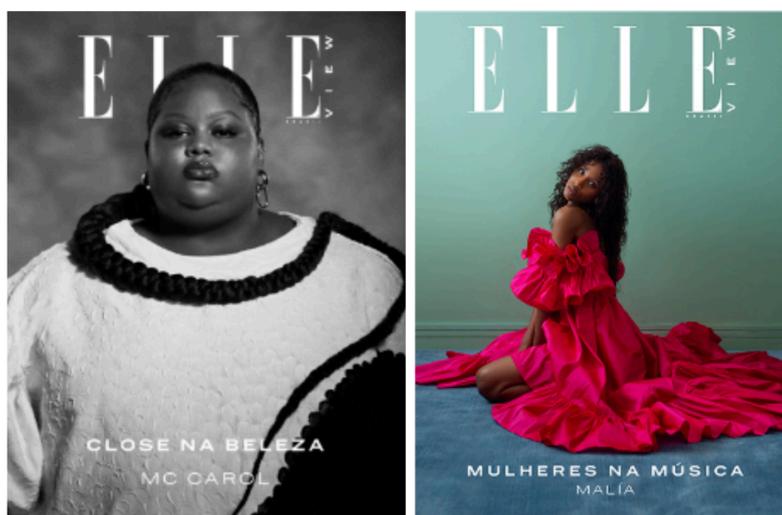
Se desde a infância **episódios de racismo** atravessam sua trajetória, hoje, ela reflete sobre a estrutura. “Em toda entrevista, eu sou perguntada sobre isso. É um fato tão preestabelecido **quanto o racismo na minha vida**. O **racismo** também é isso, também me atinge nesse momento. Às vezes, eu quero responder, às vezes não. Tudo bem a pessoa querer falar sobre isso, mas eu não sou obrigada a ser sempre didática. Não é o meu papel enquanto ser humano, enquanto corpo preto, descolonizar as pessoas, porque quando elas bem entendem elas leem e se embasam no que faz sentido para elas. Eu falo quando quero falar, mas não gosto do fato de muitas vezes essa ser a pauta, de quando isso se sobrepõe ao meu trabalho, sabe? Isso é tão racismo quanto as outras coisas que a gente fala”, diz. (T1, SD4)

Nessas reiteraões do discurso, um paralelo notável é o quanto existe uma força simbólica entre a moda e corpos pretos ou marginalizados – em muitos casos, é através das vestimentas que grupos minoritários tentam se assegurar na tentativa de pertencer. A fala de “tô usando a roupa da moda e estão me olhando” evidencia

o poder dos códigos de imagem e *status* que pessoas pretas frequentemente acreditam precisar para serem reconhecidas ou creditadas.

As capas (Figura 8) das edições de novembro de 2020 (à esquerda) e janeiro de 2021 (à direita) também colaboram simbolicamente para refletir sobre este sentido. Observa-se que ambas as cantoras posam para a câmera com olhares firmes e potentes, comunicando através das vestimentas e dos penteados, uma segurança quase paradoxal ao que elas pontuam ter ouvido ao longo da vida sobre serem belas, bonitas ou desejadas.

**Figura 9** - As cantoras Mc Carol e Malia estampam capa da Elle View



Fonte: site da Elle Brasil<sup>30</sup>

Mc Carol é apresentada como uma mulher que questiona os padrões e que subverteu as imposições sociais mesmo atravessada pelo sentimento de inadequação. Ao longo da entrevista, pontua como o racismo pela violência aparece no cotidiano, quando não encontra uma base (cosmético) no seu tom de pele ou quando não enxerga alguém com as suas características em uma revista.

A luta contra esse **sentimento de inadequação**, que ela conhece desde pequena, não rendeu somente assunto nas consultas. A **vivência de ser uma mulher gorda, preta e funkeira, que questiona padrões estéticos** impostos pela sociedade, foi traduzida na música “Levanta mina”, uma das faixas do aguardado segundo disco de Carol. (T2, SD7)

<sup>30</sup> Disponível em: <<https://elle.com.br/elleview>> Acesso em: 03 ago. de 2024

Ao falar sobre amor-próprio, diversidade e inclusão na letra, Carol não estava pensando apenas em inspirar outras mulheres. “Eu fiz ‘Levanta mina’ pra mim. É uma música pra me ajudar nos dias difíceis porque, por mais que eu me ame, não há autoestima que aguarde  **você não encontrar uma base no seu tom de pele, uma roupa do seu tamanho numa loja, não se ver na TV e revistas, entre outras coisas no dia a dia**, que te excluem direta ou indiretamente”, diz a cantora. (T2, SD8)

O sentido de racismo é reiterado pelas afirmações de que a violência simbólica está em não se enxergar nos espaços, em não ser reconhecido e em perceber que a beleza é sempre constituída em lugares nos quais você não pertence, de forma que essa idealização do “belo” se coloca como controversa para pessoas negras.

**Você não vê uma mulher preta e gorda numa capa de revista.** Você liga a televisão e não vê uma mulher preta e gorda sendo a protagonista de uma novela. Você não vê uma apresentadora preta e gorda. Então, você fica se sentindo mal porque, mesmo você se amando, mesmo tendo uma autoestima alta, chega um momento em que você se questiona: como eu cultivo esse amor, se eu não me vejo em lugar nenhum? (T2, SD11)

Parece que **o mundo sempre está mandando sinais para mim que eu sou anormal, que eu sou excluída.** É muito difícil manter esse amor quando você não é chamada pra nada, quando **você não vê representatividade em lugares em que se pauta a beleza.** E aí eu fui chamada pra ser capa de uma revista de moda e beleza. Fiquei muito feliz e emocionada! (T2, SD12)

**Se eu ligar a televisão** agora, vou ver a mesma coisa. **É sempre isto: uma mulher loira, magra e alta.** (T2, SD14)

Assim como Malía no T1, Mc Carol aponta no T2 que as primeiras situações evidentes de racismo que vivenciou foram durante a infância, no espaço físico da escola. Ela disserta sobre essa experiência, como demonstram as SDs, como é habitual para pessoas negras terem que lidar com a rejeição e a exclusão desde muito cedo.

Em toda entrevista digo que **o momento em que eu mais sofri preconceito foi quando criança, na escola. A escola é muito dura pra uma criança preta** e pra uma criança gorda, sabe? Quando as pessoas perguntam: “Carol, qual foi o momento em que você mais sofreu?” Sempre digo que foi na escola. (T2, SD17)

Na época, na escola, fizeram uma atividade em que tinha que se responder algumas questões de matemática. Quem acertasse mais iria ser a noivinha da quadrilha e o menino que acertasse mais seria o noivinho. Das meninas, eu fui a que mais pontuou. **A maioria dos alunos da minha sala era branca.** Minha avó, com muito esforço, mandou fazer um vestido lindo de noiva pra mim. Chegando no dia da apresentação, o menino, que havia

sido o escolhido pra ser o noivinho, não apareceu, pois ele tinha que dançar comigo. Ele não apareceu e nenhum outro queria dançar comigo. **Então, é assim, desde pequena. Fora de casa, me foi passado que eu era uma criança feia, entende?** (T2, SD20)

Eu fiz currículo de menor aprendiz, **as pessoas olhavam pra minha cara, olhavam pra minha roupa e falavam que não.** (T2, SD21)

Mc Carol chama a atenção para as duas esferas em que o racismo se apresenta como violência na sua trajetória: no campo profissional e no afetivo. Ela sinaliza, por exemplo, o abismo existente entre as oportunidades de trabalho para artistas brancos e pretos. No contexto afetivo, a sua fala recupera a própria problematização levantada acerca do “belo” que é constituído sob os pilares do racismo estrutural – a ideia sobre “ser bonito” e desejado também atravessa os relacionamentos entre pessoas negras e dita, de certo modo, quem viverá a solidão, o silenciamento ou o apagamento.

**Tem um rio muito grande que separa artistas brancos de artistas pretos.** Nós não temos as mesmas oportunidades. (T2, SD22)

**As influenciadoras brancas recebem X e as influenciadoras negras recebem Y.** Não precisa nem ser muito inteligente pra saber que existe um grande rio que nos separa, entende? (T2, SD23)

Quando eu falo da vida pessoal, estou falando sobre relacionamento. Você não é obrigado a amar a pessoa X, mas **é curioso que, sempre que um homem preto ascende economicamente**, sai da favela, ganha dinheiro, **ele sempre vai buscar uma “lora”**. Eu acho curioso, sabe? **É muito difícil você ver um preto que ganhou dinheiro com uma mulher preta.** (T2, SD24)

O sentido de racismo construído nas palavras de Carol desenvolve uma lógica também de como os desejos e as vontades se configuram socialmente. Isso se reflete, como vemos na SD37, nos questionamentos estéticos que permearam a carreira da modelo Pathy Dejesus.

**Se eu for uma mulher preta da favela, então, eu só sirvo pro homem preto pobre da favela.** Até esse homem preto ficar rico, eu já não sirvo mais. Então, esse é o valor que a gente não tem, tanto profissionalmente quanto amorosamente. (T2, SD25)

**Eu tive contato com o racismo desde nova.** (T2, SD26)

Mas, logo depois, vieram inseguranças do tipo: [...] **‘Meu cabelo está muito crespo?’** Aí, **você não pega um trabalho e já acha que é problema da sua aparência.** (T5, SD37)

A SD53, através do relato de Erika Hilton, demonstra como o racismo é utilizado para colocar corpos pretos à margem da malha social. A maquiadora e produtora de conteúdo digital Angélica Silva, por sua vez, explicita como o racismo pela violência se fez presente por um episódio de acusação de roubo.

Na visão deles, chegamos a lugares a que não deveríamos chegar, por isso eles promovem essas narrativas fantasmagóricas, **porque estão com medo e se valem das dores não tratadas pela sociedade, como o racismo, a transfobia e o machismo, porque é fácil brincar com esses sentimentos das pessoas.** (T8, SD53)

Ainda sobre batons, **certa vez, Angélica foi acusada injustamente de roubar um Ruby Woo, da MAC Cosmetics, enquanto atendia uma de suas clientes em domicílio.** Anos depois, o jogo virou de tal forma que a própria MAC Cosmetics chamou a influenciadora para uma viagem até Paris para conhecer sua nova linha de batons líquidos de longa duração. (T9, SD54)

A partir dessa construção discursiva explicitada até aqui, se estabelece uma compreensão de que a Elle View considera em seu discurso sentidos relativos ao racismo pela perspectiva do preconceito, da exclusão e da violência. Conforme exposto no capítulo teórico que trata de raça e representação, Hall (2016) julga pertinente as relações de poder que envolvem a diferença e a construção representativa de determinados grupos. Nesse sentido, a interpretação acerca da representação de sujeitos racializados também tem a ver com a posição social que ocupam e os acessos que têm ou deixam de possuir – e isso se estende às maneiras como o sentido de racismo é deslocado para retratar as diferentes vivências deste grupo (seja no campo amoroso, profissional ou intelectual).

- **racismo pela contestação**

Nas SDs abaixo, o racismo é apresentado pela abordagem de contestação sendo sinalizado como uma proposta de ruptura à lógica em que geralmente pessoas negras são convidadas a fomentar sentidos sobre o termo. Como pontuado anteriormente, pela ótica da contestação o que se reivindica é a apresentação da identidade racial exatamente na direção de um discurso diverso, múltiplo e plural. Reginato (2019), refletindo sobre as finalidades do jornalismo, enfatiza a importância do discurso jornalístico ser construído com base na pluralidade social, destacando que a complexidade do mundo é o que colabora na formação da cidadania e de uma opinião pública crítica, esclarecida e atuante. Assim sendo, é pertinente que o

discurso jornalístico no campo da moda que é incitado pela revista digital da Elle Brasil também esteja atento a estas questões.

Retomando a SD4, presente no T1, a problemática levantada por Malía exprime precisamente o que contextualizamos no sentido da contestação. Ela afirma que ser questionada somente sobre as suas dores e pelo racismo através da violência “é tão racismo quanto as outras coisas”. Ela segue com os questionamentos: pessoas pretas felizes e debatendo sobre particularidades outras não constroem sentidos sobre a identidade racial?; onde estão as pessoas pretas nos espaços de publicidade e no mercado de trabalho?; o quanto a representatividade não está atrelada a determinados termos que parecem já esvaziados (como é o caso de “empoderamento”)?

Se desde a infância episódios de racismo atravessam sua trajetória, hoje, ela reflete sobre a estrutura. “Em toda entrevista, eu sou perguntada sobre isso. É um fato tão preestabelecido quanto o racismo na minha vida. O racismo também é isso, também me atinge nesse momento. Às vezes, eu quero responder, às vezes não. Tudo bem a pessoa querer falar sobre isso, mas eu não sou obrigada a ser sempre didática. Não é o meu papel enquanto ser humano, enquanto corpo preto, descolonizar as pessoas, porque quando elas bem entendem elas leem e se embasam no que faz sentido para elas. Eu falo quando quero falar, **mas não gosto do fato de muitas vezes essa ser a pauta**, de quando isso se sobrepõe ao meu trabalho, sabe? **Isso é tão racismo quanto as outras coisas que a gente fala**”, diz. (T1, SD4)

“Posicionamento, naturalmente, eu vou ter, porque **uma pessoa preta estar feliz é um posicionamento**. Esse lance todo de **empoderamento acho um pouco cansativo. Não gosto dessa palavra ‘empoderar’, que significa dar poder. Eu acho isso um pouco papo de colonizador**. ‘Sua música empodera’. Minha música não empodera. Quem sou eu para dar poder às pessoas? Minha música conscientiza as pessoas de que o poder está com elas e existem ferramentas. Tem todo um diálogo por trás, e a gente precisa entender a raiz do problema. Ela vem muito antes de me ter como embaixadora de um produto. (T1, SD5)

**Quantas pessoas negras** estão idealizando essa campanha? **Quantas pessoas negras há nessa empresa?** Quem está à frente, **quantas mulheres negras existem?** No produto final, é uma mulher negra falando sobre empoderamento, mas antes... Então, é um discurso muito superficial, que comigo não cola”, diz. (T1, SD6)

Mc Carol, no T2, mobiliza a contestação para abordar o racismo quando questiona a presença de mais mulheres pretas estampando capas de revista, em espaços televisivos e de representações que conotam sentidos positivos à imagem do negro no país. Ludmilla, na SD18, questiona o porquê de somente nos últimos anos ter sido reconhecida como protagonista da cena musical, se já existiam outras

peças negras que poderiam ter alcançado o mesmo número – um questionamento que rememora o sentido de pioneirismo, em que o sujeito racializado precisa ser único para ser qualificado e reconhecido, não havendo a possibilidade de dividir esse espaço com seus pares. Essa observação também demarca o que se escuta sobre a “rivalidade entre semelhantes”, ocasionada pelo marcador da exclusão.

**Você não vê uma mulher preta e gorda numa capa de revista.** Você liga a televisão e não vê uma mulher preta e gorda sendo a protagonista de uma novela. Você não vê uma apresentadora preta e gorda. Então, você fica se sentindo mal porque, mesmo você se amando, mesmo tendo uma autoestima alta, chega um momento em que você se questiona: **como eu cultivo esse amor, se eu não me vejo em lugar nenhum?** (T2, SD11)

Então, **quando a Maju Coutinho começou a passar na televisão**, lembro que apareceram **muitos relatos de crianças se identificando com o cabelo dela. É muito difícil você ver uma apresentadora negra num jornal tão importante.** Aliás, em qualquer coisa na TV. (T2, SD18)

**Eu fiquei pensando: ‘Como que isso ainda não tinha acontecido com tanta gente maravilhosa que tem aqui, como assim?’**, diz sobre os marcos que alcançou. “Por isso, vira e mexe eu faço playlist de artistas pretos em que eu acredito, que eu gosto, dos quais eu curto a música. Eu procuro divulgar nas minhas redes sociais. Procuro sempre estar ali, ajudando, **porque eu quero que esse número cresça e que mais gente apareça, entendeu?** (T3, SD28)

A contestação também segue evidente nas SDs 29 e 32 em que Ludmilla reafirma que outros artistas pretos também devem ocupar esse espaço de destaque, que ela não deveria se enxergar sozinha nesse alcance. Outra vez, em mais um texto analisado, aparece a discussão sobre a construção de beleza que transpõe as subjetividades da identidade racial. Sobretudo, é interessante reparar que a fala contida na SD36 reivindica, em certa medida, o que é considerado belo, ou seja, propõe uma revisão nesta conceituação da beleza. A fala sublinha como o ato de “ser belo” socialmente é relativo também à maneira com o que o “Outro” significa a nossa identidade – característica presente na conceituação entre raça e diferença que é estabelecida por Hall (2016).

[repórter] **Você fez barulho quando decidiu não cantar no Prêmio Multishow.** Essa decisão parece ter refletido de forma positiva, pois a chamaram para pensar em **estratégias de como ser mais representativo e inclusivo.** (T3, SD29)

[...] Foi quando eu recebi a notícia que eu era a primeira mulher negra da América Latina a bater 1 bilhão (neste momento 1,7 bilhão de streams) [...]

**É uma em um milhão e não deveria ser assim porque tem muita gente preta talentosa que só precisa de espaço.** (T3, SD32)

“A carreira de modelo me ajudou e me atrapalhou. Como modelo, você se vê muito pelo olhar dos outros. Então, **algumas coisas, como mulher preta, eu ainda não tinha ouvido.** ‘Você é linda! Que pele bonita! Que sorriso maravilhoso!’ (T5, SD36)

As falas destacadas nas SDs 49, 50 e 51 reiteram a posição de contestação que abriu a discussão sobre essa categoria dentro do sentido de racismo. Erika Hilton articula, assim como Mc Carol e Malfa, que possui outras atribuições relativas a sua identidade que não necessariamente correspondem às expectativas externas de que ela se posicione somente acerca das suas dores ou preconceitos que derivam dos seus marcadores sociais.

Há essa ideia de que só **porque nós representamos determinado grupo, logo só iremos pensar e organizar política para os membros desse grupo.** (T8, SD49)

O que eu objetivo com a minha atuação política é mostrar que **uma mulher como eu, com as características que tenho, tem sim capacidade de olhar para além das suas condições** e pensar uma política nacional, abrangente, interseccional, e que dialogue com os desafios do país. (T8, SD50)

**Nós não nos resumimos aos nossos marcadores sociais e não sabemos falar apenas sobre isso.** (T8, SD51)

A fala de Angélica Silva, no T9, de que ela compreende a sua atuação como fundamental na desconstrução dos padrões que lhe foram impostos, estabelece um paralelo com a concepção a partir da qual hooks (2019) configura a necessidade de trabalharmos olhares opostos. Como desenvolvido nesta categoria do racismo pela contestação, é o sentimento de inconformidade – comum na transgressão do olhar e na descolonização da percepção, segundo hooks (2019) – que possibilita a atualização dos discursos marcados por estereótipos.

**“Amo poder desconstruir o que foi posto como padrão.** Mais do que isso: amo ser essa pessoa que comunica beleza mesmo tendo sido chamada de feia a minha vida inteira. Antigamente, eu achava que eu só conquistaria grandes coisas se mudasse o meu corpo, a minha cara e o meu cabelo. Hoje, eu recebo elogio até da Hailey Bieber!” (T9, SD55)

#### **4.3.2 FD2: A representação do negro pela ruptura**

Nesta formação discursiva, que igualmente conta com 33 SDs, percebe-se a reiteração de sentidos positivos associados a figura do negro na revista Elle View. O discurso encontrado através dos sentidos de negro belo, negro único e negro

agente demonstra um progressismo no retrato racial da revista. Abaixo seguiremos com o desenvolvimento de cada um deles.

- **O negro belo**

A maneira pela qual pessoas negras interpretam a si mesmas como belas decorre também dos marcadores que interpelam suas vivências, como se constatou através do sentido abordado acima. Sobretudo, o segundo sentido identificado na análise, correspondente a 15 SDs, reitera a ideia anterior de contestação, mas desta vez tratando propriamente da relação entre o sujeito racializado e a autoestima. Em função disso, as falas dos entrevistados a seguir expõem a tomada de consciência de pessoas pretas acerca da beleza de seus cabelos, de seus corpos e de seus traços.

Parece que o mundo sempre está mandando sinais para mim que eu sou anormal, que eu sou excluída. É muito difícil manter esse amor quando você não é chamada pra nada, quando você não vê representatividade em lugares em que se pauta a beleza. **E aí eu fui chamada pra ser capa de uma revista de moda e beleza. Fiquei muito feliz e emocionada!** (T2, SD12)

Eu diria que **todos nós temos a nossa beleza, cada um com a sua**. E acredito que toda beleza tem espaço. Eu acho todas as cores bonitas. Eu acho a cor do indígena linda. **Eu acho a pele negra linda.** (T2, SD13)

Cara, tô toda arrepiada aqui, juro. Não tenho palavras. **Ao colocarem uma mulher como eu numa revista, vocês estão mandando uma mensagem pro mundo muito importante.** Uma mensagem de que está tudo bem! Está tudo bem você ser gorda. **Está tudo bem você ter o nariz largo!** Você entende a importância? Eu não estou falando somente de mim. **Poderia ser qualquer mulher preta e gorda numa capa de revista de moda e beleza.** Quanto mais se reforça o padrão magra, branca, alta, nariz fininho, aquilo ali, de sempre, o mundo está mandando mensagem pras outras pessoas iguais a mim que a gente não é normal. (T2, SD15)

Novamente, as falas de Mc Carol são importantes para pensar sobre a maneira com que o discurso da revista Elle amarra sentidos à representação de corpos pretos. Ao mesmo tempo em que reconhece o seu local de rompimento dos padrões e questiona a falta de representatividade de corpos como o seu em determinados lugares, a cantora mostra enfaticamente o quanto significa para a relação com a sua autoestima ter sido convidada para estampar a capa da Elle View. É através de falas e imagens como essas que o sujeito racializado tende a ressignificar a maneira como se enxerga e entende a sua imagem como possível em narrativas de exaltação do “belo”.

Na SD16, Mc Carol sinaliza o quão simbólico é para outras garotas poderem se reconhecer na figura dela. As duas SDS seguintes, 18 e 19, também reforçam a ideia apresentada, em que figuras como a da jornalista Maju Coutinho e falas incentivadoras como a do avô de Mc Carol permitem que corpos pretos constituam a sua autoestima com base no afeto e no autoconhecimento de suas identidades.

É muito importante, cara. **Tenho certeza de que meninas iguais a mim, quando me virem ali [na capa da revista], vão sentir a mesma coisa.** (T2, SD16)

Então, **quando a Maju Coutinho começou a passar na televisão**, lembro que apareceram **muitos relatos de crianças se identificando com o cabelo dela. É muito difícil você ver uma apresentadora negra num jornal tão importante.** Aliás, em qualquer coisa na TV. (T2, SD18)

Dentro de casa, foi ensinado pra mim que eu era bonita. **Meu avô sempre conversou muito comigo e dizia que eu tinha que ter orgulho da minha cor, orgulho de mim, que eu era bonita.** (T2, SD19)

As marcações acima exemplificam como a construção de discursos acerca de corpos negros fomentados pela sociedade estabelece relação direta com a autoestima deste grupo. Nesse sentido, a autoestima não necessariamente deve estar associada às questões físicas, pois as SDs 31 e 32 expressam como ela pode se manifestar através do intelecto.

**Tem outras histórias de outras meninas que estavam tristes e que muitas vezes se sentem mal consigo mesmas, com a aparência, escutaram a minha música e se sentiram empoderadas.** A Maju mesmo, apresentadora da Globo, me disse que, quando começaram a atacá-la, falando que aquele lugar não era para ela, ela botou as minhas músicas e isso a ajudou, elevou o espírito dela, sabe? E ela chegou lá na Globo com o pé na porta, arrasando. (T3, SD30)

[repórter] Tem uma frase de uma pensadora negra chamada Juliana Borges que diz: **“Uma mulher negra feliz é revolucionário”**. Você acredita que o amor é revolucionário? (T3, SD31)

Gosto de saber que posso ter uma fala sobre qualquer coisa, **que as mulheres negras estão ocupando o lugar que é delas.** Tenho as **minhas sobrinhas, que são meninas negras e estão estudando, fazendo faculdade.** É difícil discutir com elas, né, Carlos? (seu assessor) Elas são muito bem informadas e eu gosto disso. É muito promissor para a juventude de hoje. (T4, SD34)

“Agora estamos tendo a oportunidade de disputar o conceito de belo”, fala Erika Hilton, configurando da mesma forma o poder existente em fomentar discursos que contrariem a lógica hegemônica que constitui os conceitos binários de feio e bonito, bom e mau – conforme Hall (2016) enuncia.

**Tentava não ser rotulada, porque sabia que, a partir do momento que isso acontecesse, ficaria limitada e presa àquele estereótipo.** (T5, SD38)

Sua trajetória política vem ganhando notoriedade e destaque e sido uma **fonte de inspiração para diversas pessoas, em especial as comunidades negras, LGBTQIAP+** e de mulheres. (T8, SD44)

Nós, que sempre fomos vistas como desviantes de uma norma hegemônica, **agora estamos tendo a oportunidade de disputar o conceito de belo.** (T8, SD46)

As próximas SDs pautam a retomada da autoestima por parte de pessoas negras. Desse modo, elas alertam para a importância de sujeitos racializados identificarem beleza em suas particularidades e significarem outros sentidos aos seus corpos que não mais os de inferiorização das suas características. Isso é tudo que vemos nas capas abaixo (Figura 9), seja pela liberdade e autoconfiança transmitidas na pose de Erika, pelo olhar emocionado e pelos crespos soltos de Lennon ou pela irmandade e exaltação da negritude de Tasha e Tracie. Percebe-se, então, que a autoestima de corpos pretos é resgatada e fomentada no discurso da revista Elle View através de diferentes eixos.

Estar nesses espaços é a prova de que temos driblado lugares de precariedade e que também podemos ser vistas, representadas, e que **somos capazes de estampar capas de revistas e protagonizar desfiles de moda.** (T8, SD47)

“Amo poder desconstruir o que foi posto como padrão. Mais do que isso: **amo ser essa pessoa que comunica beleza mesmo tendo sido chamada de feia a minha vida inteira.** Antigamente, eu achava que eu só conquistaria grandes coisas se mudasse o meu corpo, a minha cara e o meu cabelo. Hoje, eu recebo elogio até da Hailey Bieber!” (T9, SD55)

Hoje, **eu me sinto um cara bonito**, mas eu não me sentia assim. Deixei o cabelo crescer muito no sentido de influenciar pessoas que também tiveram ou têm dúvidas em relação à sua beleza. Tanto que eu falei da **importância para mim de estar com o cabelo solto nas fotos de hoje.** Anos atrás, eu não iria para o salão cuidar do meu cabelo. Iria na barbearia para cortar ele. Hoje, tenho cuidados específicos, sei quais produtos usar. (T12, SD59)

**Figura 10** - Capas da Elle View estampadas por Erika Hilton, Lennon, Tasha e Tracie



Fonte: site da Elle Brasil<sup>31</sup>

- **O negro único**

Outro sentido identificado no discurso da revista Elle View a respeito da representação de corpos pretos tem relação com o retrato racial através do **pioneirismo**. São 10 SDs que demarcam o protagonismo de pessoas negras em determinados cenários, contextos ou acessos em que geralmente não são vistos. O marcador racial evidentemente impõe exclusões e a falta de representatividade em diversos espaços e, sendo assim, diferentemente do que aconteceria com entrevistados brancos, percebe-se que existe uma recorrência em exaltar pessoas negras que foram as únicas, primeiras ou destaques dentro da circunstância que as permeia. Nesse sentido, a categoria do “negro único” também expõe o lugar solitário que, muitas vezes, pessoas negras têm de ocupar para subverter a lógica da exclusão, do silenciamento ou do apagamento.

Conforme as SDs 9, 27 e 32 acima, podemos assumir a reiteração deste sentido da representação pela perspectiva do negro único, aquele que representa destaque no seu segmento. No T2, Mc Carol é enaltecida pela qualidade de artista negra que alcançou um patamar de reconhecimento dos grandes festivais e cantou em turnês pela Europa, enquanto que, no T3, Ludmilla é exaltada por ser a primeira

<sup>31</sup> Disponível em: <<https://elle.com.br/elleview>> Acesso em: 03 ago. de 2024

mulher negra latina a alcançar números estonteantes nas plataformas de consumo musical.

Forjada nos becos, nas ruas, nas favelas e nos bailes, entre lágrimas e muito corre, Carol conseguiu sobreviver em um país que todos os dias aniquila talentos brilhantes, em decorrência do racismo, da gordofobia, da LGBTQIA+fobia, do machismo. **Realizou shows no Reino Unido, na Alemanha e em Portugal, além de tocar em festivais como Lollapalooza e Rock in Rio.** (T2, SD9)

**Primeira cantora negra da América Latina a alcançar o número de 1 bilhão de streams** somente no Spotify e 2 bilhões de views no YouTube, ela [*Ludmilla*] é também a estrela desta edição de novembro da ELLE View ao lado de Alcione, sua musa. (T3, SD27)

[...] Foi quando eu recebi a notícia que eu era a **primeira mulher negra da América Latina** a bater 1 bilhão (neste momento 1,7 bilhão de streams [...]) **É uma em um milhão e não deveria ser assim** porque tem muita gente preta talentosa que só precisa de espaço. (T3, SD32)

Patrícia Dejesus, T7, foi uma das primeiras mulheres negras a romper o cenário da moda brasileira, que assim como a moda internacional, cultivava o padrão loiro, esguio e elitista das passarelas. Na SD42, as cantoras Tasha e Tracie demarcam, por outro lado, a dificuldade existente para serem reconhecidas como “únicas”, pioneiras naquilo que almejam chegar. Os sentidos em “a gente conseguiu ter acesso à força” e “é pé na porta mesmo!” transmitem essa ideia de que, enquanto negro, é preciso driblar os códigos de acesso sociais para ser percebido em determinados meios. Quando Arlo Parks constata, na SD43, o quão exclusivo ou raro é cantar junto de outros artistas renomados, mesmo sendo cantora profissional, também reitera a lógica que desenvolvemos aqui.

Período, aliás, que marcou a estreia de Patrícia Dejesus, 44, nas passarelas da São Paulo Fashion Week. Ela foi **uma das primeiras negras** a desfilarem no evento e a primeira a estrelar uma campanha de bronzeador. (T5, SD35)

E, com shows lotando, ela diz: **“A gente conseguiu ter acesso à força”**. Tracie completa: “É pé na porta mesmo!” (T6, SD42)

Ao mesmo tempo, **ela se surpreende com a nova realidade**, “como quando me vejo me apresentando em um estádio, **abrindo show para o Harry Styles, ou recebendo um e-mail de resposta da Patti Smith**”. **“Isso é raro.** Me sinto muito sortuda.” (T7, SD43)

Erika Hilton foi eleita em 2022 como a primeira deputada negra e transexual. Nas SDs 52 e 53, quando explana sobre a responsabilidade de ser pioneira no

contexto político brasileiro, destaca que junto a isso, essa situação provoca um sentimento de não pertencimento, inadequação. Então, de certa forma, ser o primeiro em algo, passar a ter acessos, conquistar privilégios ou ser a figura “única” em determinado espaço não exclui a bagagem de preconceitos que o sujeito racializado carrega consigo e nem anula os marcadores raciais que historicamente hierarquizam a sociedade.

Com 256.903 votos, Erika se tornou, em 2022, **a primeira deputada federal negra e travesti** na história da política brasileira. (T8, SD45)

**Nós somos sempre as únicas e as primeiras nos espaços que estamos desbravando.** Pertencemos sem pertencer, porque, quando observamos o entorno, raramente vemos semelhantes. (T8, SD52)

**Na visão deles, chegamos a lugares a que não deveríamos chegar**, por isso eles promovem essas narrativas fantasmagóricas, porque estão com medo e se valem das dores não tratadas pela sociedade, como o racismo, a transfobia e o machismo, porque é fácil brincar com esses sentimentos das pessoas. (T8, SD53)

É interessante pensar que nesta SD abaixo ao invés de a entrevistada antecipar a questão racial, ela relaciona primeiramente a figura que ela admira com o aspecto profissional, que é a perspectiva que estava sendo abordada na matéria. Contudo, é válido demarcar essa questão, pois não é costumeiro que se fale sobre as coisas que pessoas negras fazem/vivem/sentem sem atrelar isso a sua identidade racial – o que não necessariamente ocorre com pessoas brancas. Então, é importante refletirmos sobre as nuances com que o sentido de pioneirismo é construído no discurso da Elle View.

Eu gosto muito da Solange (*Borges*), da Culinária de Terreiro. Sou apaixonada pelo trabalho dela. E, entre as mais velhas, gosto muito da Benê Ricardo (*1944-2018*). **Ela foi a primeira mulher brasileira formada em gastronomia e, por acaso, ela é negra.** E a história de vida dela é muito impactante. Eu me inspiro muito no legado dela. (T10, SD57)

De modo geral, podemos afirmar que a tentativa da revista com a construção desse sentido está em reconhecer e consagrar pessoas negras que alcançaram espaços de representatividade. Sobretudo, o discurso não invalida as dores e a solidão presentes também nesse lugar de destaque numa tentativa de romantizar estas representações. Hooks (2019) alertava para pensarmos sobre a recorrência de representações de pessoas negras centralizadas em figuras como cantores,

artistas musicais e jogadores, que sempre pendiam ao entretenimento e à diversão. Não é o que constatamos nessa formação discursiva, porque, quando a Elle está construindo sentidos sobre o protagonismo de pessoas negras, evoca imagens de mulheres cantoras, artistas, ativistas sociais, políticas e influenciadoras gastronômicas. Com isso, a revista procura construir um discurso de modo a ressignificar o imaginário acerca de corpos negros e não de reiterar estereótipos.

- **O negro agente**

O sentido de pertencimento, que evoca falas sobre memória e ancestralidade, também foi identificado ao longo do discurso construído pela Elle View sobre corpos negros, assinalado em oito SDs. Então, nesse aspecto, é curioso entendermos a análise deste sentido, em que o sujeito racializado está como agente da sua própria identidade, reiterando sentidos sobre si mesmo na medida em que significa o mundo e as suas memórias – experienciando efetivamente o pertencimento.

A presença de vestimentas, da musicalidade, do afeto e da história na construção da identidade racial do negro também tem relação com a própria identidade cultural brasileira. Contudo, o que percebemos é que pela própria condição de assujeitamento do negro em muitos cenários, a sistemática determina que ele seja representado sempre a partir do olhar do “Outro”, esse alguém externo que o assujeita.

Mc Carol, na SD19, relembra que foi em casa, através do avô, que iniciou o processo de entendimento da sua beleza e da sua imagem – que para o mundo exterior poderia soar como distante do padrão de “belo”. Para se referir às produções musicais da cantora, a jornalista que escreve a matéria introduz uma relação com os escritos de Lélia Gonzalez, que trazem pontualmente o que se problematizava antes, a importância dos sujeitos racializados terem autonomia para desenhar e significar os rumos – no caso, aqui, estamos tratando de representações – das suas próprias histórias.

**Dentro de casa, foi ensinado pra mim que eu era bonita. Meu avô sempre conversou muito comigo e dizia que eu tinha que ter orgulho da minha cor, orgulho de mim, que eu era bonita.** (T2, SD19)

Com seu funk, Carol consegue o mesmo feito exaltado por Lélia Gonzalez, no livro *Por um feminismo afro-latino-americano*, ao falar sobre os blocos Ilê-Aiyê, de Salvador, e Agbara Dudu, do Rio de Janeiro: “(...) da maneira

mais didática e prazerosa, **fazem com que nossa etnia tome consciência do seu papel de sujeito de sua própria história** e de sua importância na construção não só deste país como na de muitos outros das Américas”. (T2, SD10)

No T4, Alcione reitera que o samba precisa de mais mulheres como ela. Quando ela diz “você ouve a minha voz e as pessoas sabem que sou eu” também está, desta forma, comunicando uma memória que está atrelada a sua identidade e, ao mesmo tempo, faz parte do imaginário que configura a sua representação. Tasha compartilha que as memórias do que vivenciou com os pais e a ancestralidade que compõe a sua identidade estão refletidas no seu trabalho.

**Você ouve a minha voz e as pessoas sabem que sou eu. O samba precisa dessas mulheres [pretas].** É um universo muito masculino. Nós temos que botar as mulheres cantando samba, e vai dar certo. (T4, SD33)

**“Nossos pais sempre gostaram muito de música, de festa e de roupa também.** A gente via as minas nos cliques, as passistas no Carnaval, e **queria se sentir um pouco mais próximas daquelas referências**”, conta Tasha. (T6, SD 39)

“Na moda, a gente colocava uma brasilidade da cultura que crescemos vendo” recupera a principal característica do sentido de pertencimento, que é a do indivíduo poder fazer parte da construção do discurso acerca da sua própria imagem/identidade. Na SD40, quando a matéria aponta para as reflexões de música, moda e beleza conduzidas a partir da ótica de duas meninas pretas da periferia, também fortalece esta lógica.

Aos 17 anos, veio então a ideia de criar o extinto blog Expensive \$hit, com **reflexões sobre música, moda e beleza**, tudo a partir da ótica delas: **jovens meninas da periferia.** (T6, SD40)

**“Na moda, a gente colocava uma brasilidade da cultura que crescemos vendo.** E isso é uma coisa que levamos para a música também quando a gente usa samples”, afirma Tracie (T6, SD41)

As falas de Thalita (T10) rememoram a ancestralidade que atravessa o espaço da cozinha e a identidade racial. Em concordância, as três capas (Figura 10) também simbolizam no imaginário questões pertinentes à memória e ao pertencimento, cada uma em sua medida. Ludmilla e Alcione juntas, por si só, quando estampam uma capa em celebração às suas identidades, representam e constituem uma imagem bastante significativa para avaliar a construção de sentidos acerca do negro na Elle.

Assim, não tem como negar que o veganismo foi criado por um cara branco europeu. **E, na minha tentativa de acessar o que é ancestral, o que é meu, o que é do meu povo, vendo que o vegetarianismo é muito mais antigo do que se fala, que ele é, por muitas vezes, uma referência preta...** Fiquei pensando, putz, não sei se faz muito sentido ser vegana. Notei muita galera preta com esse mesmo pensamento. Tipo: “Sou vegetariana, mas não quero estar dentro do movimento vegano”. Eu tinha que ficar me explicando muito. Essa era a parte chata. “Ah, você é vegana? Nossa, então você é contra religiões de matriz africana?” (T10, SD56)

Essa coisa de pedir o açúcar do vizinho, sabe? Mais do que isso: não é necessariamente o favor, mas a rede mesmo, o sentido de comunidade real. **É muito o quilombo, que traz essas técnicas mais ancestrais de todo mundo se ajudar.** (T10, SD58)

A voz do samba pela perspectiva da vanguarda e a voz da nova geração do pagode e do funk, ao mesmo tempo que inspiram, constroem sentidos sobre a ancestralidade entre a herança do passado e os rumos do presente. Pathy Dejesus e Arlo Parks também remontam pertencimento em suas imagens. As tranças caídas sobre o blazer, o olhar fixo e a pose de Pathy demarcam um lugar para o corpo negro feminino que não é o corriqueiro em muitas publicações, como traz hooks (2019) no referencial teórico – explora uma imagem da mulher preta que desmonta o ser lascivo e de sexualidade desviante. Enquanto isso, a representação de Arlo desconstrói discursos estereotipados, reiterando sentidos sobre o pertencimento através de uma mulher negra que não precisa ser exaltada por cabelos esvoaçantes ou túnicas transparentes.

**Figura 11** - Capas da Elle View estampadas por Alcione e Ludmilla, Pathy Dejesus e Arlo Parks, respectivamente



Fonte: site da Elle Brasil<sup>32</sup>

<sup>32</sup> Disponível em: <<https://elle.com.br/elleview>> Acesso em: 03 ago. de 2024

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise realizada ao longo desta pesquisa teve como problema norteador a seguinte questão: refletir sobre a representação do negro no discurso jornalístico de moda, especialmente na revista digital da Elle Brasil. Para isso, o objetivo geral foi estabelecido de modo a identificar os sentidos sobre como os corpos negros são representados no jornalismo de moda da revista digital da Elle Brasil. Os objetivos específicos definidos ajudaram a guiar a pesquisa para que fosse possível responder ao problema inicial. Eles se propuseram a a) apresentar a política editorial da revista Elle Brasil, especialmente sua versão digital; b) mapear os sentidos construídos sobre corpos negros pelo jornalismo de moda da Elle Brasil desde o lançamento da revista digital e c) contextualizar os sentidos encontrados com o debate sobre raça e representação na moda. Utilizei a Análise de Discurso (AD) de linha francesa como metodologia para descobrir os sentidos construídos pela revista.

Após a conclusão da análise, entendo que foi possível atingir os objetivos que estabeleci para a configuração do trabalho. Inicialmente, conforme apresentado, compreende-se que a política editorial da revista Elle compreende a comunicação com um público diverso em termos de representatividade racial, letrado e nativo-digital – o que constatamos através do objeto empírico, a Elle View.

Os sentidos identificados na análise foram agrupados em duas formações discursivas, sendo elas: a representação do negro pela reprodução e a representação do negro pela ruptura. É importante dizer que o resultado que obtivemos diz respeito ao corpus analisado e está de acordo com as paráfrases identificadas pela aplicação da AD nos 12 textos. Os sentidos sobre o negro ou a identidade racial, por vezes, podem ser bastante subjetivos e estão condicionados também às questões de observação do pesquisador. Por isso, neste caso e de acordo com esta pesquisa, os sentidos atribuídos à representação do negro na Elle View retratam o racismo pela violência e pela contestação, o negro belo, o negro único e o negro agente.

Quando a revista constrói sentido sobre o "racismo pela violência" - e aqui é onde identificamos o ligeiro deslize ideológico -, ela retrata a dor e o sofrimento do preconceito de maneira que reitera um discurso sobre corpos pretos que é bastante conhecido no jornalismo: o de conceder espaço para que pessoas racializadas

signifiquem suas realidades através das suas vivências pelo preconceito. Paradoxalmente, na mesma medida em que constrói sentidos sobre o racismo a partir da violência, a Elle View propõe uma articulação do termo por um sentido de "contestação". Nesse caso, as falas observadas e o modo como as matérias são organizadas sinalizam que a identidade do negro pode e deve ser construída através de situações outras que não envolvam necessariamente temas como a marginalização, a exclusão, o silenciamento ou o apagamento do sujeito. Pelo viés de reivindicação, a publicação digital permite que corpos negros articulem vivências por suas qualidades profissionais ou pessoais, reformulando discursos estereotipados no imaginário coletivo.

O "negro belo" é outro sentido que identifiquei, conforme pontuado. São várias as falas que positivamente abordam a conquista da autoestima pela pessoa negra. Então, nessa disputa e negociação longínqua pelo reconhecimento do sujeito racializado como belo, enxergo um papel substancial provocado pela reiteração desse discurso na Elle. Como exemplos, destaco os editoriais em que pessoas de pele retinta não representam um ser grotesco ou exótico ou quando ocorre a exaltação do cabelo crespo solto e sem penteados excessivos. Também ilustra essa ideia a imagem de mulheres e homens negros em figuras de artistas, intelectuais, modelos e cantores em contextos que não envolvem a sua hipersexualização, demonstrando essa noção do negro como um ser belo, que pode se enxergar também no campo da beleza.

Enquanto isso, o sentido do "negro único" expõe o sujeito pela sua característica de pioneiro, destaque ou protagonista em determinado segmento. Contudo, a noção positiva que é reiterada pelo sentido está justamente no contraponto feito pela revista. Quando fala do pioneirismo do negro, ela não constrói ou reforça o discurso meritocrático de que "os negros únicos" ocupam solitariamente determinados espaços porque merecem ou se esforçaram mais do que pessoas não negras. Essa é uma fala bastante comum na medida em que se demarcam privilégios ou acessos majoritariamente brancos sendo exercidos por pessoas negras – porém, foi significativo constatar que esse discurso é desmontado na lógica da revista.

O último discurso registrado é o de "negro agente", que amarra sentidos ao discurso do negro na Elle através de figuras que agenciam a representação das suas imagens e das suas narrativas. Personagens que não estão em condição de

assujeitamento ganham espaço para serem protagonistas das suas memórias, da sua ancestralidade e vivenciam com plenitude o pertencimento.

Cabe pontuar que a análise da pesquisa demonstrou que por regra o discurso da revista digital da Elle Brasil apresenta um progressismo na reiteração dos seus sentidos sobre os corpos negros. Contudo, observo outro deslizamento de sentido na construção realizada, pois se considerarmos todos os 47 volumes que compõem as edições digitais, 16 deles são estampados por pessoas negras na capa – um percentual de aproximadamente 34% (como já indicado, o mapeamento consta no Apêndice A). Essa avaliação demonstra que é possível seguir em futuras pesquisas sobre a revista digital da Elle, tentando pensar nessa representatividade a partir de todas as capas. Além disso, esta análise se focou no discurso verbal das matérias de capa estampadas por pessoas negras, trazendo pontualmente aspectos do discurso imagético quando ele ajudava a demonstrar a construção de algum sentido. Mas a pesquisa indicou que ainda há muito a explorar na análise discursiva das imagens, o que pode ser aprofundado em outra pesquisa também. Com a observação textual, também concluo que os deslizamentos de sentido não invalidam a reconstrução de discurso sobre a representação do negro engendrada pela Elle, mas explicitam o desafio para o jornalismo – e para a sociedade – de se atentar para que cada vez mais se possibilite uma pluralidade de imaginários sobre o negro.

Por fim, compreendo a importância do trabalho como fundamental para a minha formação e para a minha trajetória – a pesquisa torna o nosso olhar sensível a discussões e questões invisíveis. Sendo assim, refletir sobre o papel do jornalismo na construção de sentidos e perceber os espaços em que o discurso jornalístico interfere na organização da realidade, também qualifica a minha trajetória como jornalista.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Silvio de. **O que é racismo estrutural?** Belo Horizonte: Editora Letramento, 2018.

BENETTI, Marcia. **Análise de discurso como método de pesquisa em comunicação.** In: MOURA, Cláudia Peixoto de; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). Pesquisa em comunicação: Metodologias e Práticas Acadêmicas. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016

\_\_\_\_\_, Marcia. **Análise do Discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos.** In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia (org.). Metodologia de pesquisa em jornalismo. Petrópolis: Vozes, 2007

\_\_\_\_\_, Márcia. **Revista e jornalismo: conceitos e particularidades.** In: SCHWAAB, Reges, TAVARES, Frederico. (Org.). A revista e seu jornalismo. Porto Alegre, Editora Penso, 2013, p. 44-57.

BORGES, Roberto Carlos da Silva; BORGES, Rosane (Org.). **Mídia e racismo.** Petrópolis: DP et Alii. Brasília: ABPN, 2012.

COSTA, Bruna Emanuelle Dos Santos Lavor. **A História Da Moda Influenciando As Tendências.** Monografia (Especialização em Estética e Gestão de Moda) - Universidade de São Paulo, 2014.

DA SILVA, Tomaz Tadeu; HALL, Stuart; WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: A perspectiva dos Estudos Culturais.** Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2000.

Elle Brasil, setembro de 2020. Disponível em: <<https://store.elle.com.br/products/elle-imprensa-volume-1-capa-djamila-ribeiro>>. Acesso em: 05 ago. 2024.

ELLE US. **Estados Unidos, Editorial com Naomi Campbell**, setembro, 1989. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BsD89fFFMtJ/>> Acesso em: 13 de mar. de 2024.

ELMAN, Débora. **O discurso híbrido do jornalismo de moda: estratégias do jornalismo, da publicidade e da estética**. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação)- Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.

FURTADO, Thaís Helena. **O jornalismo infantil e o desejo de consumo : o discurso da revista Recreio**. 2013. 238 p. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

GILMAN, Sander. **"Black Bodies, White Bodies: Toward an Iconography of Female Sexuality in Late Nineteenth Century Art, Medicine, and Literature"**. In: GATES Jr., Henry Louis (ed.). "Race," Writing, and Difference. Chicago: The University of Chicago Press, 1985a.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Editora DP&A, 2011.

\_\_\_\_\_, Stuart. **A centralidade da cultura**: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. Rio Grande do Sul: Editora Educação & Realidade, n. 22, v. 2, jul./dez. 1997. p.15-46.

\_\_\_\_\_, Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio e Editora Apicuri, 2016.

HASENBALG, Carlos; GONZALEZ, Lélia. **Lugar de negro**. Rio de Janeiro: Editora Marco Zero, 1982.

HENN, Ronaldo. Padronização do jornalismo e memória coletiva. In: FRANÇA, Vera; CORRÊA, Laura Guimarães. (Org.). **Mídia, instituições e valores**. 1ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2012, v. 01, p. 167-178.

HOOKS, Bell. **Olhares negros: raça e representação**. São Paulo: Editora Elefante, 2019.

MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tânia Regina (Org.). **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008.

MENDES, F. M. M; QUEIRÓS, F. A. T. "Não sou racista, minha obra prova": uma reflexão sobre jornalismo e racismo no Brasil. In: MENDES, F. M. M.; QUEIRÓS, F. A. T.; SILVA, W. da C. (Org.). **Pesquisa em comunicação: jornalismo, raça e gênero**. Rio Branco - Acre: Nepan Editora, 2021, p. 63-76.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino; VAZ, Paulo Bernardo Ferreira. **A representação visual do negro no jornal impresso**. INTERCOM, XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, NP13 – Núcleo de Pesquisa Comunicação e Cultura das Minorias, Salvador, p.1-18, setembro, 2002.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX**. São Paulo: Olho d'Água/ Fapesp, 2001.

ORLANDI, Eni. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 7. ed. Campinas: Pontes, 2007a.

PAIS, Ana Luísa Duarte. **O jornalismo de moda: cobertura jornalística online da ModaLisboa**. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) - Universidade da Beira Interior, 2013.

PEREIRA, Edmilson de Almeida; GOMES, Núbia Pereira de Magalhães. **Ardis da Imagem**. Belo Horizonte: Mazza Edições & Editora PUCMINAS, 2001

REGINATO, Gisele Dotto. **As finalidades do jornalismo**. Série Jornalismo a Rigor. Florianópolis: Insular, 2019.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. 2ª edição. São Paulo: Contexto, 2004.

SCHMITZ, Daniela Maria. **Mulher na moda**: recepção e identidade feminina nos editoriais de moda da revista Elle. Dissertação de Mestrado. Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo, UNISINOS, 2007.

SILVA, Marcia Veiga da. **Masculino, o gênero do jornalismo**: modos de produção das notícias. Florianópolis: Insular, 2014.

SODRÉ, Muniz. **Claros e escuros**: identidade, povo e mídia no Brasil. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999

VANITY FAIR. **Estados Unidos, Capa de Diana Ross, março, 1989**. Disponível em: <<https://archive.vanityfair.com/issue/19890301>> Acesso em: 16 de mar. de 2024.

**APÊNDICE A - Capas estampadas por pessoas negras na Elle View**

<b>Edição</b>	<b>Capa</b>	<b>Matéria</b>	<b>Linha de apoio</b>	<b>Data</b>
ED. 05	Mulheres na música: Malía	O ano de Malía	Viagem cancelada, álbum adiado, shows suspensos? Ela não se abala. Às vésperas de completar 22 anos, a cantora lança novos singles com influências que vão do rap à MPB, resgata a infância na Cidade de Deus e se firma como um dos nomes mais quentes do pop nacional.	Nov. de 2020
ED. 07	Close na beleza: Mc Carol	Mc Carol no front	Ela desafia padrões desde que se entende por gente. Em uma entrevista emocionante, a cantora e compositora fala sobre autoestima, carreira e como sobreviver em um mundo que insiste em excluir quem não se encaixa em seus moldes.	Jan. de 2021
ED. 08	Quando o carnaval chegar	Não há matéria específica à capa.	Não há.	Fev. de 2021

ED. 10	Universos particulares (capa casal)	Amor de perto	De dois em dois meses – ou quando o abre e fecha de fronteiras permite –, nossa editora de moda Suyane Ynaya e o francês Mickael Gnougnou se encontram. E é bom.	Abr. de 2021
ED. 10	Universos particulares (capa Agnes)	O que você faz quando ninguém te vê fazendo?	Fragmentos de intimidade	Abr. de 2021
ED. 11	Camilla de Lucas	A braba	Ela ganhou o YouTube com dicas de beleza, quebrou o TikTok com alguns dos vídeos mais divertidos da quarentena e conquistou o Brasil no BBB21. E isso é só o começo para Camilla de Lucas.	Mai. de 2021
ED. 13	Samantha Schmütz como Super Sam	Samantha Schmütz como Super Sam	A atriz incorpora uma super-heroína que tem como poder a sua voz, algo que ela acredita que todas as pessoas que têm visibilidade deveriam aprender a usar.	Jul. 2021
ED. 14	Liniker	Um oceano chamado Liniker	Em entrevista a ELLE, a multiartista Liniker nos permite dar um mergulho em sua trajetória e fala sobre sua atuação como	Ago. de 2021

			a nova embaixadora da Pantene. Ela ainda nos presenteia com novidades de seu novo disco, Índigo borboleta anil.	
ED. 17	Ludmilla	A rainha da favela está numanice	Com apenas 26 anos, Ludmilla se consagra como uma das maiores cantoras do país. Com números altíssimos, uma coleção de hits e muita coragem, ela celebra esse momento com Numanice e muitos projetos a serem lançados. A nossa estrela não para de crescer e conta, de coração aberto, tudo o que vem por aí.	Nov. de 2021
ED. 17	Alcione	Paixão nacional	Alcione não deixa o samba morrer e ainda vira a nossa cabeça. Às vésperas de completar 50 anos de carreira, a Marrom é tema de um recém-lançado documentário e de um musical inédito de Miguel Falabella. De volta aos palcos, ela fala de	Nov. de 2021

			vaidade, da partida de Marília Mendonça, do movimento negro e de uma nova geração de cantoras, que inclui Ludmilla: “O samba precisa dessas mulheres”.	
ED. 21	As mulheres e o tempo: Pathy de Jesus	O que ganhei com a idade	Quatro modelos que fizeram história na moda contam como a carreira, a vida pessoal e a cabeça mudaram.	Mar. de 2022
ED. 22	Tasha e Tracie e a nova cena do Rap	Pé na porta	Conhecidas pelas produções de moda com a estética da periferia, as irmãs Tasha & Tracie se destacam como MCs na nova cena do rap nacional, rimando livremente sobre sexo e denunciando o machismo na música.	Abr. de 2022
ED. 32	O beijo: Ícaro e Izrra	O beijo	Lábio com lábio, língua com língua, tesão com tesão. O amor é a maior revolução.	Fev. de 2023
ED. 32	O beijo: Benedita Casé e João Pedro Januário	O beijo	Lábio com lábio, língua com língua, tesão com tesão. O amor é a maior	Fev. de 2023

			revolução.	
ED. 32	O beijo: Tasha e Kyan	O beijo	Lábio com lábio, língua com língua, tesão com tesão. O amor é a maior revolução.	Fev. de 2023
ED. 35	Arlo Parks	Soft Machine	Doce na voz, gigante no talento, Arlo Parks passa um dia com a Elle, antes de seu show em São Paulo e às vésperas de lançar um novo disco.	Mai. de 2023
ED. 41	Jorja Smith	De volta para casa	Com prêmios e parcerias com Drake e Kendrick Lamar na bagagem, Jorja Smith lança seu segundo disco, depois de rodar o mundo fazendo shows, retornar para a cidade onde cresceu e se estabelecer como um dos atuais talentos do pop britânico.	Nov. de 2023
ED. 42	Mulheres que transformam: Erika Hilton	“Já não cabe mais uma sociedade sem nós e que se construa nos excluindo”	Em conversa com a ELLE View, a deputada federal Erika Hilton (Psol-SP) fala sobre a sua atuação política, moda, movimentos anti-LGBT, a projeção que vem conquistando nas redes	Dez. de 2023

			sociais e revela o que não tolerará em 2024.	
ED. 42	Mulheres que transformam: Angélica Silva	Nasce uma estrela	A trajetória da maquiadora e produtora de conteúdo digital Angélica Silva mostra como, na internet, a consistência, o conhecimento e a simplicidade também constroem relevância.	Dez. de 2023
ED. 42	Mulheres que transformam: Alessandra Araújo	Sonhos de uma tarde de verão	Com um celular na mão, ideias na cabeça e dos manuais, Alessandra Araújo mostra que a moda chega aonde menos se espera	Dez. de 2023
ED. 42	Mulheres que transformam: Thallita Flor	Mais um dia na vida de Thallita Flor	Com vídeos gravados na sua cozinha, em Niterói, a atriz promove uma revolução pela culinária saudável disfarçada de receita despretensiosa com palhaçada.	Dez. de 2023
ED. 43	Novas modas e modos: Juliana Nalú	Speed Dating	Capa da nossa edição, Juliana Nalú encara o confessionário de ELLE e prova que nosso crush (e o de muita gente!) por ela	Fev. de 2024

			tem mesmo fundamento.	
ED. 46	Livre de rótulos: Lennon	Livre de rótulos, diferente dos iguais	Um dos rappers mais ouvidos do Brasil, L7NNON fala de sonhos, autoestima e o que significa para ele ser a estrela da fragrância MYSLF Eau de Parfum, de Yves Saint Laurent Beauty.	Mai. de 2024