CEFET/RJ
DIRETORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO

REPRESENTAÇÃO DA MULHER NEGRA NAS CAPAS DA VERSÃO BRASILEIRA DA REVISTA *GLAMOUR* (2012-2020): DISCURSOS, IMAGENS E CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS

Amanda dos Santos Moura

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Relações Étnico-Raciais (PPRER), do Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca, CEFET/RJ, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. Fabio Sampaio de Almeida

Rio de Janeiro

Agosto/2021

.

REPRESENTAÇÃO DA MULHER NEGRA NAS CAPAS DA VERSÃO BRASILEIRA DA REVISTA *GLAMOUR* (2012-2020): DISCURSOS, IMAGENS E CONSTRUÇÃO DE SENTIDOS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Relações Étnico-Raciais (PPRER), do Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca, CEFET/RJ, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre.

Amanda dos Santos Moura

Banca Examinadora:

_____

Prof. Dr. Fabio Sampaio de Almeida (CEFET/RJ) (orientador)

_____

Prof.ª Dra. Fernanda Ariane Silva Carrera (UFRJ)

_____

Prof.ª Dra. Luciana de Mesquita Silva (CEFET/RJ)

_____

Prof.ª Dra. Sônia Beatriz dos Santos (Uerj)

SUPLENTES

_____

Prof.ª Dra. Maria Cristina Giorgi (CEFET/RJ)

Rio de Janeiro

Agosto/2021

.

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Central do CEFET/RJ

M929 Moura, Amanda dos Santos
Representação da mulher negra nas capas da versão brasileira da revista Glamour (2012-2020): discursos, imagens e construção de sentidos / Amanda dos Santos Moura — 2021.
93f. : il. color. , enc.

Dissertação (Mestrado) Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca, 2021.
Bibliografia : f. 87-93
Orientador: Fabio Sampaio de Almeida

1. Negras. 2. Feminismo. 3. Capas de revistas. 4.Análise do discurso. I. Almeida, Fabio Sampaio de (Orient.). II. Título.

CDD 305.48

Elaborada pela bibliotecária Tania Mello – CRB/7 nº 5507/04

DEDICATÓRIA

“Dedico este trabalho a todas as mulheres negras que, assim como eu, vivenciam uma trajetória de tanta violência e estigmatização. Este trabalho busca de alguma forma analisar e traçar um novo olhar diante deste cenário, tendo como foco os ambientes midiáticos, mas com o objetivo de ter, de forma ampla, uma sociedade mais igualitária e menos cruel com os nossos corpos e de todos que até hoje ainda são excluídos das esferas de poder.”

.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço à acolhida do PPRER que, além de agregar ao meu crescimento acadêmico, me proporcionou um ambiente de muito afeto, a partir das figuras dos docentes, discentes e de todos os funcionários do Cefet-RJ. Destaco, especialmente, a coordenadora do programa, Talita de Oliveira que, mesmo em meio a uma crise institucional, sanitária e política do país, esteve sempre solícita e colaborando, mesmo que remotamente, com a construção de uma formação de excelência. Ao Cefet-RJ, expresso imensa gratidão pelo suporte oferecido durante todo esse tempo, inclusive, pela concessão de bolsa.

À minha família, principalmente à minha mãe e à minha avó, que desde que nasci me proporcionou tanto amor e uma educação maravilhosa, no sentido mais amplo. E me ensinou a ser a mulher que sou, com consciência social, racial e de classe, além de me permitir sonhar e buscar sempre a minha felicidade, sem esquecer de olhar para o lado.

Ao meu namorado, Victor Yamasaki, que no meu momento de mais tristeza e dúvidas, me transmitiu uma imensa confiança e amor, e me incentivou significativamente a buscar o caminho que hoje me levou até aqui.

Aos meus amigos, que estiveram ao meu lado demonstrando interesse por mais essa etapa da minha vida e sempre transmitiram tanta confiança no meu potencial.

À banca, tanto de qualificação quanto de defesa, por aceitar fazer parte e contribuir de maneira significativa nessa trajetória tão importante da minha vida.

Ao meu orientador, Fabio Sampaio de Almeida, que desde o primeiro momento teve um olhar extremamente humano e estabeleceu uma parceria essencial para a conclusão deste trabalho. Além disso, sou grata pela honra de poder tê-lo como exemplo de docência e de uma compreensão dos alunos como pessoas.

Ao grupo de estudo do qual faço parte, “Práticas discursivas na produção de identidades sociais: Fatores humanos, organizações, trabalho, tecnologia e sociedade”, espaço onde é fortalecida a importância da coletividade para uma formação mais plural e afetuosa. E, especialmente, à professora Maria Cristina Giorgi, que representa de maneira exemplar este espírito.

.

RESUMO

Representação da mulher negra nas capas da versão brasileira da revista *Glamour* (2012-2020): Discursos, imagens e construção de sentidos

O objetivo desta dissertação foi analisar a representação de mulheres negras nas capas da revista *Glamour*, em sua versão nacional, da chegada do título ao Brasil, em abril de 2012, a dezembro de 2020. Para tal, trazemos reflexões teóricas sobre a (sub)apresentação das mulheres negras na mídia em geral, e em específico nesta publicação, a partir de discussões sobre questões raciais e de gênero, propostas pelo feminismo negro (BORGES, 2012; CARRERA, 2020; CARNEIRO, 2011; COLLINS, 2017; GOMES, 2005, 2019; GONZALEZ, 2011; hooks, 2018; SANTOS, 2004; SANTOS, 2007; VIANA, 2010); e de linguagem na perspectiva teórico-metodológica da Análise do Discurso (MAINGUENEAU, 2008; ROCHA, 2006; COURTINE, 2013). Nesse contexto, a revista *Glamour*, com seus conteúdos voltados para beleza, moda, celebridades e estilo de vida, traz temáticas que constituem modelos de poder, a partir do consumo econômico e simbólico daquilo que é valorizado em termos estéticos, a partir de padrões sociais que se ligam à classe social, raça e gênero. Por isso, este trabalho buscou ter uma visão interseccional em relação ao seu objeto de pesquisa, para, assim, analisar os enunciados verbais e não-verbais presentes nas capas analisadas da publicação. Com esse intuito, tratamos diretamente sobre o gênero do discurso "capa de revista", e identificamos e analisamos as marcas interdiscursivas que o constituem. Além disso, entendemos que as imagens também representam um elemento crucial neste espaço de enunciação e, então, a partir da intericonicidade, analisamos as escolhas estéticas, composicionais e comunicativas das capas selecionadas. Pudemos, desta forma, concluir que a branquitude se mantém ditando os rumos e as decisões que fundamentam a revista *Glamour*, e questionamos se a presença de pessoas negras, especialmente, nas capas, não representam uma mera tokenização destes corpos, que funcionariam como commodities para atender a interesses mercadológicos de uma ordem neoliberal.

Palavras-chave: mulheres negras; feminismo negro; revista *Glamour*; representação; Análise do Discurso.

.

ABSTRACT

Representation of black women on the covers of the Brazilian version of Glamor magazine (2012-2020): Discourses, images and construction of meanings

The purpose of this dissertation is to analyze the representation of black women on the covers of Glamor magazine, in its national version, of the arrival of the title in Brazil, in April 2012, to December 2020. For this, we bring theoretical reflections on the (sub) presentation of black women in this publication, from discussions on racial and gender issues, proposed by black feminism (BORGES, 2012; CARRERA, 2020; CARNEIRO, 2011; COLLINS, 2017; GOMES, 2005, 2019; GONZALEZ, 2011; hooks, 2018; SANTOS, 2004; SANTOS, 2007; VIANA, 2010); and language in the theoretical-methodological perspective of Discourse Analysis (BORGES, 2012; CARRERA, 2020; CARNEIRO, 2011; COLLINS, 2017; GOMES, 2005, 2019; GONZALEZ, 2011; hooks, 2018; SANTOS, 2004; SANTOS, 2007; VIANA, 2010). In this context, Glamor magazine, with its contents focused on beauty, fashion, celebrities and lifestyle, brings themes that constitute models of power, from the economic and symbolic consumption of what is valued in aesthetic, based on social standards connected to the social class, race and gender. Therefore, this work seeks to have an intersectional view in relation to its research object, in order to analyze the verbal and non-verbal statements present in the analyzed covers of the publication. For this purpose, we deal objectively with the genre of discourse "magazine cover", and we identify and analyze the interdiscursive marks that constitute it. Besides, we understand that images also represent a crucial element in this enunciation space and, then, based on intericonicity, we analyze the aesthetic, compositional and communicative choices of the selected covers. In this way, we were able to conclude that whiteness continues to dictate the directions and decisions that substantiate the Glamour magazine, and we question whether the presence of black people, especially, on the covers, does not represent a mere tokenization of these bodies, that would function as commodities to serve the market interests of a neoliberal order.

Keywords: black women; black feminism; *Glamour* magazine; representation; Discourse Analysis.

.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 - Total de modelos negras e não negras que protagonizaram as capas da *Glamour* entre 2012 e 2020 …….....39

Figura 1 – Capa do Mídia Kit Glamour 2019, com a cantora Iza …….....41

Figura 2 – Capa do Mídia Kit Glamour 2017 ……..... 42

Figura 3 – Imagens do Mídia Kit Glamour 2018 …….....43

Figura 4 – Primeira capa com uma mulher negra na revista Glamour, em julho de 2012, com Taís Araújo …….....48

Figura 5 – Taís Araújo na edição comemorativa de abril de 2016 …….....50

Figura 6 – Na edição de abril de 2016, foram escolhidas quatro personalidades para estamparem a capa especial de celebração do quarto aniversário da revista …….....50

Figura 7 – Capas de junho de 2018, com a atriz Taís Araújo. Nesta edição foram lançadas duas capas com imagens diferentes, porém com o mesmo conteúdo …….....52

Figura 8 – Capa de dezembro de 2015 da revista Glamour, com a atriz Camila Pitanga 54

Figura 9 – Capa de abril de 2017 da revista Glamour, com as influenciadoras digitais Jout Jout, Boca Rosa, Niina Secrets, Rayza Nicácio, Evelyn Regly e Nah Cardoso …….....58

Figura 10 – A atriz Débora Nascimento na capa da edição de abril de 2019, reafirmando um padrão anteriormente apresentado pela publicação …….....63

Figura 11 – Em 2019, a edição de dezembro/janeiro foi estrelada pela cantora Iza, em duas versões diferentes de capas …….....64

Figura 12 – Imagem de Iemanjá, divindade africana cultuada pelas religiões afro-brasileira Candomblé e Umbanda …….....65

Figura 13 – Na edição de maio/junho de 2020, a ilustradora negra Thais Silva foi convidada para produzir esta colagem para a capa, e teve como inspiração o afrofuturismo 68

Figura 14 – Na edição de dezembro/janeiro, da esquerda pra direita, Marcela Mc Gowan, Luedji Luna, Letticia Munniz e, abaixo, Majur …….....69

.

SUMÁRIO

Introdução 8
1 - Raça e racismo, sob a luz do discurso 17
1.1 O pensamento social sobre raça no Brasil: alguns apontamentos…….....20
1.2 Branquitude e discurso…….....23
1.3 Raça e gênero: racismo genderizado e feminismo negro……...26
1.4 O contexto socioeconômico da mulher negra no Brasil e o papel da mídia….....31
2 - Análise do discurso e da imagem: um percurso teórico-metodológico 35
2.1 A revista feminina no Brasil e a *Glamour*: linguagem, mídia e representação.....38
2.1.1 Revista *Glamour* sob a luz da raça e do gênero…….....40
2.2 Espetacularização midiática dos corpos marginalizados…….....45
3 - A presença negra na revista *Glamour*: uma análise discursiva intersemiótica……...48
3.1 Taís Araújo: a negra única e o peso da representatividade…….....48
3.2 Camila Pitanga: negritude questionada…….....56
3.3 Rayza Nicácio: branquitude como sombra e co-protagonismo como fardo…….....59
3.4 2019: o começo de uma virada discursiva ou mercadológica? 63
3.5 Iza: negritude e beleza quente…….....66
3.6 Luedji Luna e Majur: representatividade em foco…….....70
3.7 Negritude como uma *commodity*? 74
Considerações finais 80
Referências 87

.

Introdução

Esta dissertação tem como objetivo analisar a representação de mulheres negras nas capas da revista *Glamour*, em sua versão nacional, da chegada do título ao Brasil, em abril de 2012, a dezembro de 2020. O intuito é problematizar a construção discursiva de mulheres negras por meio de enunciados e imagens nas capas *Glamour*, considerando que a própria raça é uma construção social, "discursiva, um conceito classificatório importante na produção da diferença, um significante flutuante, deslizante, que significa diferentes coisas em diferentes épocas e lugares" (HALL, 2015). Tendo como pano de fundo o racismo e o sexismo que "colocam as pessoas [racializadas e generificadas] em seu devido lugar, ou seja, nos setores menos privilegiados e mais precarizados da economia" (ALMEIDA, 2018, p. 160), é essencial compreender como mulheres negras, em um país estruturalmente racista, são (sub)apresentadas nos meios de comunicação de massa, especialmente, na publicação escolhida.

Para um entendimento mais amplo da representação midiática desses corpos, é necessário analisar o contexto sócio-político das mulheres negras no Brasil. E, por isso, buscamos compreender como mudanças sociais, que estão em curso, decorrentes das lutas dos movimentos sociais por políticas públicas, como a implementação das leis 10.639[1] e de Cotas[2] e uma maior representatividade nos Legislativos; e um debate público mais efetivo sobre questões raciais, especialmente nas mídias sociais online, vêm implicando em mais diversidade e em uma representação simbólica positivada na mídia, especialmente em revistas como a *Glamour*.

Nesse sentido, esta dissertação busca dialogar e refletir sobre as lutas desse grupo na contemporaneidade, nas esferas políticas, do mercado de trabalho, contra as mais diversas violências que esses corpos sofrem. Considerando, assim, a ausência ou a presença estigmatizada desses corpos na mídia como forma de violência discursiva que tem impactos na produção de subjetividades femininas negras. Por isso, entendemos que é relevante socialmente estudar a representação midiática de mulheres negras, partindo do pressuposto de que a luta

[1] A lei 10.639, de 2003, estabelece a obrigatoriedade, nos estabelecimentos de ensino fundamental e médio, oficiais e particulares, do ensino sobre História e Cultura Afro-Brasileira. Além disso, incluiu no calendário escolar o dia 20 de novembro como "Dia Nacional da Consciência Negra". Disponível em:<planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10.639.htm>. Acesso em: 30/06/2021.

[2] A Lei de Cotas (nº 12.711) "é um instrumento criado pelo Governo Federal, em 2012, para contemplar os estudantes de escolas públicas, de baixa renda, negros, pardos e indígenas (PPI) e pessoas com deficiência (PcD) para auxiliar o ingresso desses indivíduos no Ensino Superior". Decretou, assim, que "todas as instituições federais de ensino superior devem reservar, no mínimo, 50% das vagas de cada curso técnico e de graduação aos estudantes de escolas públicas". Disponível em: <https://vestibular.mundoeducacao.uol.com.br/cotas/lei-cotas-entenda-como-funciona.htm>. Acesso em: 30/06/2021.

por reexistência se dá também nesses espaços simbólicos, onde a linguagem pode ser usada para dominar e reproduzir formas de opressão e de apagamento ou para romper com estereótipos e produzir outras formas menos racistas e sexistas de ser mulher negra na sociedade.

A escolha pela *Glamour* se mostra pertinente já que a revista tem seus conteúdos voltados para beleza, moda, celebridades e estilo de vida, temáticas que constituem modelos de um consumo econômico e simbólico daquilo que é valorizado em termos estéticos, a partir de padrões sociais que se ligam à classe social, raça e gênero. Levando em consideração que há no contexto das mulheres negras "a gênese de um sistema de opressão articulado pelo encontro de duas ou mais estruturas discriminatórias, cujo resultado é mais complexo que a soma das suas origens de desempoderamento" (CARRERA, 2020, p. 2).

Além disso, analisar a representação da mulher negra nessa publicação tem relação direta com a trajetória pessoal e profissional da autora deste trabalho, uma mulher negra e jornalista. No começo da minha trajetória como leitora de revistas, com cerca de 11 anos, consumia frequentemente publicações voltadas ao público feminino adolescente. Nessa dinâmica de (re)conhecimento dos universos ali apresentados, eu não me enxergava. Assim, cresci entendendo que apenas participava daquele processo como espectadora e não como protagonista. As mulheres naquelas capas, consagradas como símbolos de beleza, nada tinham em comum comigo, já que eram, em sua maioria, brancas, loiras e com olhos claros. Logo, o auto-ódio se tornou uma realidade, já que todos os elementos da minha aparência iam em direção contrária à beleza eurocêntrica que eu via presente na maioria dos veículos de comunicação. Anos depois, já profissional na área da Comunicação Social, com uma compreensão maior sobre o que é ser negra no Brasil, e, agora, pesquisadora na área de questões étnico-raciais, compreendo como essa dinâmica racista perversa marcou não apenas a minha trajetória, mas a de várias outras meninas negras que, assim como eu, não se viam protagonistas de suas próprias trajetórias. Por isso, a partir da percepção de que essa é uma questão social de relevância, compreendo que é essencial debatermos, estudarmos e compreendermos melhor como esse mercado funciona nas esferas sociais, econômicas e, especialmente, raciais, através de estudos sobre representação e seus impactos. Busco, assim, neste trabalho contribuir de alguma forma para essa discussão e para que novos (re)conhecimentos sejam construídos.

.

Apesar desse interesse pessoal, entretanto, é importante ressaltar que a compreensão de que representações positivas, especialmente das "minorias sociais"[3], não devem ser lidas, de nenhuma forma, como algo individual. Mas, sim, como um fator essencial para formação das identidades coletivas de toda uma comunidade já que, segundo Hall, a identidade é "resultado de uma bem-sucedida articulação ou 'fixação' do sujeito ao fluxo do discurso" (HALL, 2000, p. 112). Discurso esse que se assenta numa compreensão da linguagem como forma de produção de subjetividades. Para explicitar essa ideia, Décio Rocha cunha o termo linguagem-intervenção, explicando que a linguagem, para além do poder de falar de um mundo, intervém nesse mundo, construindo e inventando realidades. Para o linguista:

> (...) esse mesmo poder de falar do mundo significa que nele encontramos não exatamente uma realidade per se, mas fundamentalmente algo que nos afeta; tal encontro corresponde à atividade de interpretação exercida pelo sujeito que vai buscar no mundo ressonâncias suas, uma vez que, como o afirma Naffah Neto (1998), é real aquilo que nos toca em nossos interesses. Linguagem-intervenção. (ROCHA, 2006, p. 356)

Nessa busca por ressonâncias no mundo, os indivíduos vão construindo suas identidades, e esse processo pode ser marcado por ausências. Por exemplo, quando falamos sobre mulheres negras brasileiras em espaços midiáticos, especialmente nos relacionados aos universos de moda e beleza, como as capas de revistas. Há um padrão, não dito, sobre quais corpos merecem ou não ocupar esses locais e, por consequência, uma implicação na construção da subjetividade dessas mulheres. A compreensão sobre quem é belo ou feio e sobre quem desperta ou não interessa são delineados nas entrelinhas dessas escolhas. E não podemos deixar de nos atentar para o fato de que não basta alcançar esses espaços de poder, precisamos compreender quais são os corpos eleitos para representar determinados grupos e como esses são apresentados. Por isso, neste trabalho buscamos ir além de uma análise meramente quantitativa, mas também pretendemos ter um alcance descritivo e interpretativo para, assim, termos uma compreensão mais complexa do objeto escolhido. Nesse sentido, Hall afirma que:

> (...) as posições que o sujeito é obrigado a assumir, embora "sabendo" (...), sempre, que elas são representações, que a representação é sempre construída ao longo de uma "falta", ao longo de uma divisão, a partir do lugar que do Outro e que, assim, elas não podem, nunca, ser ajustadas – idênticas – aos processos de sujeito que são nelas investidos. (HALL, 2000, p. 112)

[3] Tal como compreende Muniz Sodré, "o conceito de minoria é o de um lugar onde se animam os fluxos de transformação de uma identidade ou de uma relação de poder" e que ele completa: "o negro no Brasil é mais um lugar do que o indivíduo definido pura e simplesmente pela cor da pele" (Sodré, 2005, p. 1).

.

Neste trabalho, então, buscamos um enfoque qualitativo e um alcance descritivo e explicativo, tendo como córpus de análise sequências discursivas compostas por enunciados e imagens presentes nas capas da referida publicação. A partir do diálogo com questões raciais e de gênero propostas pelo feminismo negro (BORGES, 2012; CARRERA, 2020; CARNEIRO, 2011; COLLINS, 2017; GOMES, 2005, 2019; GONZALEZ, 2011; hooks, 2018; SANTOS, 2004; SANTOS, 2007; VIANA, 2010), o referencial teórico-metodológico desta pesquisa pauta-se na Análise do Discurso (MAINGUENEAU, 2008, 2015; ROCHA, 2006), tendo como base os conceitos de interdiscurso e práticas intersemióticas, que visam a compreensão sobre a relação entre a estruturação dos textos, incluídas as imagens, e os lugares sociais que os tornam possíveis. Ademais, procuramos trazer a noção de gênero de discurso (BAKHTIN, 2000), entendendo que todo discurso se materializa em tipos relativamente estáveis de enunciados que refletem as necessidades de seu contexto de produção e circulação. Neste trabalho, trazemos as capas das revistas, que constituem um gênero multimodal, no qual texto verbal e não verbal constroem juntos os sentidos, exercendo uma função de condensar os conteúdos presentes na publicação e, ainda, ser um meio de publicidade da mesma, circulando tanto nas bancas quanto no ambiente virtual, seja no próprio site e redes sociais do veículo ou até mesmo sendo compartilhado pelos leitores/usuários.

Nessa perspectiva discursiva, como dito anteriormente, compreendemos que a linguagem, para além de seu poder de representar um mundo dado e pré-existente, intervém na realidade social, produzindo esse mesmo mundo do qual fala (ROCHA, 2006). Assim, o entendimento de que o discurso é uma prática de seres sociais situados historicamente é essencial para criar inteligibilidades para os modos como, por exemplo, são (re)produzidas nas capas de revistas relações de poder (FOUCAULT, 1988) instauradas pelos sistemas de opressão que se vinculam ao racismo, ao classismo e ao sexismo.

Esta pesquisa parte, então, do pressuposto de que as escolhas editoriais de uma revista têm um impacto social e não apenas jornalístico. Ideia essa que vai ao encontro do proposto por Tânia Hoff et al., quando afirmam que o corpo na mídia “mutila-se, modifica-se, transforma-se e estetiza-se para servir como aporte de mercadorias/produtos e de conceitos/ideias” (HOFF et al., 2005, p. 32-33). Considerando as relações de poder na produção e circulação da revista *Glamour*, serão observadas a presença e a ausência de mulheres negras nas capas e a questão da representação (HALL, 2000, 2003, 2006, 2016; hooks, 2019). Para tal, além do levantamento quantitativo, serão investigadas os processos de construção das identidades dessas mulheres, a partir da análise discursiva de textos verbais

.

(enunciados das chamadas e temáticas presentes) e textos não verbais (elementos das fotografias, figurinos, posturas, cores e disposição na capa).

Nesse sentido, também é essencial para este trabalho considerar o contexto contemporâneo no qual debates sobre diversidade em uma acepção ampla, incluindo a racial e de gênero, estão bastante presentes na sociedade, tendo as redes sociais como um espaço de trocas, demandas e embates. E os veículos de comunicação, obviamente, não estão ausentes desse processo, e, por isso, é crucial pensarmos sobre como a revista *Glamour* vem se inserindo nesta dinâmica e tratando essas questões. Para, assim, analisarmos como os corpos das mulheres negras vêm sendo produzidos pela mídia e debater até que ponto eles não estão sendo tratados como uma *commodity* pelo mercado, que precisa atender às novas demandas de uma parcela da sociedade, que entende que esses espaços de enunciação precisam ser ocupados por diversas vozes e corpos. Por isso, buscaremos compreender a revista *Glamour* inserida em seu contexto de um produto midiático editado por uma empresa que faz parte do Grupo Globo, o maior conglomerado de mídia e comunicação do Brasil e da América Latina. Isto é, um veículo que visa a atender às demandas de uma lógica capitalista e neoliberal, e que precisa ser analisado considerando quais são os interesses sociais e econômicos por trás de determinadas decisões e mudanças editoriais.

Essas relações de poder midiáticas podem ser correlacionadas ao conceito de "poder" sob o prisma de Michel Foucault (1988), por meio de sua ideia de "biopoder". O filósofo afirma que este conceito foi "elemento indispensável ao desenvolvimento do capitalismo, que só pode ser garantido à custa da inserção controlada dos corpos no aparelho de produção e por meio de um ajustamento dos fenômenos de população aos processos econômicos" (FOUCAULT, 1988, p.132). Esta afirmação vai ao encontro do cenário mercadológico em que estão inseridas publicações como a revista *Glamour*, objeto de estudo deste trabalho; e no entendimento de que todos os processos destes veículos, inclusive a decisão sobre quem estampará ou não as capas ou terá destaque nos mesmos, são perpassados por fatores econômicos. Considerando este pressuposto, é importante ter ciência de fatores como o revelado pelo relatório lançado pela Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (Cepal), em janeiro de 2020. O documento oriundo desse trabalho, "Panorama Social da América Latina 2019"[4], revela que há 25,5% de afrodescendentes na faixa da pobreza no Brasil, enquanto os intitulados de "não

[4] Disponível em: <https://www.cepal.org/pt-br/publicaciones/45090-panorama-social-america-latina-2019-resumo-executivo>. Acesso em: 06/10/ 2020.

.

indígena nem afrodescendente" representam menos da metade desse número na mesma faixa (11,5%).

> Colocada nesses termos, a sociedade de consumo construída pela mídia permite a pequena participação dos negros e negras como objetos de consumo - sexuais ou folclóricos. Assim, a transfiguração de que fala Ianni (2003), da sociedade em mercado, não transforma o cidadão negro em consumidor negro - isto está reservado ao branco -, mas sim em objeto de consumo; este é o lugar do negro na sociedade de consumo na reconstrução social operada pela mídia. (OLIVEIRA, 2011, p. 40).

Nesse contexto, no qual falamos de "biopoder", é importante trazermos para a discussão Achille Mbembe, já que o autor considera que o conceito "é insuficiente para dar conta das formas contemporâneas de submissão da vida ao poder da morte." (MBEMBE, 2018, p. 71). O filósofo camaronês, então, propõe a ideia de "necropolítica", na qual compreende soberania como a "capacidade de definir quem importa e quem não importa, quem é 'descartável' e quem não é". (MBEMBE, 2018, p. 41). E, aos chamados descartáveis, o autor destaca que são oferecidas "condições de vida que lhes conferem o estatuto de "mortos-vivos". (MBEMBE, 2018, p. 71). A morte, nessa conjunção, pode ser entendida tanto literalmente quanto simbolicamente. A sociedade brasileira com o seu racismo estrutural e institucional, por exemplo, promove um genocídio diário de pessoas negras, abatendo diariamente corpos negros, seja através do assassinato em si ou de outras opressões físicas ou simbólicas, como as representações negativas midiáticas ou o racismo presente em livros didáticos.

Deusdará e Giorgi (2019) ao analisarem a construção do debate público em torno de uma declaração pública racista, explicam que o racismo não é apenas tolerado pelo estado, mas produzido por ele próprio, a partir de uma "lógica governamental" na qual se decide quais grupos sociais são mais ou menos vulneráveis à morte prematura. Eles, ainda, afirmam que essa é uma "máquina de controle econômica e política, apoiada por uma mídia comprometida com interesses econômicos específicos, numa sociedade na qual é muito evidente o lugar dos corpos brancos e dos corpos negros." (DEUSDARÁ; GIORGI, 2019, p. 45).

Sendo assim, a própria mídia constitui uma das formas de opressão que podemos identificar na engrenagem social contemporânea, que exclui sistematicamente pessoas negras dos lugares de poder. Neusa Santos Souza destaca que esse negro invisibilizado socialmente se torna uma pessoa que entende que o "Ideal de Ego é branco." (SANTOS, 1983, p. 34). A autora, ainda, afirma que esse negro "engendra em si mesmo uma ferida narcísica, grave e dilacerante, que, como condição de cura, demanda ao negro a construção de um outro Ideal de

.

Ego[5].” (SANTOS, 1983, p. 43). Entretanto, para ser possível uma nova construção de si, é relevante entendermos a importância da representação de corpos racializados e de como a branquitude (BENTO, 2002; CARDOSO, 2010; CARNEIRO, 2005), tomada como lugar de poder, atua em nossa sociedade, hierarquizando-a racialmente.

Por isso, sob a ótica do teórico cultural e sociólogo jamaicano Stuart Hall, a ideia é explorar o conceito central da representação, buscando compreender esse papel da mídia nas sociedades, especialmente no que tange a naturalização da diferença racial, a subalternização do corpo negro e a padronização da beleza. Hall defende que “As pessoas que trabalham na mídia produzem, reproduzem e transformam o próprio campo da representação ideológica” (HALL, 2003, p.180) e complementa que “sistemas de representação são sistemas de significado pelos quais nós representamos o mundo para nós mesmos e os outros” (HALL, 2003, p.179).

O conceito de representação, segundo Hall, caminha ao lado do de identidade, uma vez que “A identidade torna-se uma ‘celebração móvel’: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam (HALL, 1987)” (HALL, 2006, p. 12-13). Ele vai além:

> Utilizo o termo ‘identidade’ para significar o ponto de encontro, o ponto de sutura, entre, por um lado, os discursos e as práticas que tentam nos ‘interpelar’, nos falar ou nos convocar para que assumamos nossos lugares como sujeitos sociais de discursos particulares e, por outro lado, os processos que produzem subjetividades, que nos constroem como sujeitos aos quais se pode falar. As identidades são, pois, pontos de apego temporário às posições-de-sujeito que as práticas discursivas constroem para nós. (HALL, 2000, p. 112)

Em consonância com essa ideia, Hall entende que a identidade não é definida biologicamente, mas, sim, historicamente. O autor afirma, ainda, que o “sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos (...) que não são unificadas ao redor de um "eu" coerente” (veja Hall, 1990)” (HALL, 2006, p. 13).

> A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar - ao menos temporariamente. (HALL, 2006, p. 13)

[5] “Ideal de Ego”, segundo Santos, significa o “domínio do simbólico”, “a instância que estrutura o sujeito psíquico, vinculando-o à Lei e à Ordem. É o lugar do discurso”. “(...) a estrutura mediante a qual ‘se produz conexão da normatividade libidinal com a cultural’” (SANTOS, 1983, p. 33).

.

Ainda sobre a questão da identidade, Nilma Lino Gomes destaca a relação dialógica que estabelecemos com o outro para construirmos quem somos e como nos enxergamos socialmente.

> A ideia que um indivíduo faz de si mesmo, de seu "eu", é intermediada pelo reconhecimento obtido dos outros em decorrência de sua ação. Nenhuma identidade é construída no isolamento. Ao contrário, é negociada durante a vida toda por meio do diálogo, parcialmente exterior, parcialmente interior, com os outros. Tanto a identidade pessoal quanto a identidade socialmente derivada são formadas em diálogo aberto. (GOMES, 2005, p. 42)

Nesse "diálogo aberto", descrito por Gomes, o papel da mídia é de extrema relevância. Visto que estes são espaços de poder, nos quais a ausência ou a presença de determinados corpos têm papel significativo na construção de nossas identidades. Considerando este trabalho, em que nos debruçamos nas capas da revista *Glamour* nas quais estão presentes mulheres negras, entendemos que essa investigação aponta, em algum grau, a maneira como a sociedade entende quem merece (ou não) estampar esses lugares de beleza e status. Lugares estes que, até então, são majoritariamente ocupados por pessoas brancas. Partimos, então, da ideia posta por hooks quando a autora afirma que "a supremacia branca e o racismo não terão fim enquanto não houver uma mudança fundamental em todas as esferas da cultura, em especial no universo da criação de imagens" (hooks, 2019, p. 22). Porém, ela destaca que mudar esse cenário não é uma missão simples e que não bastam iniciativas pontuais, é uma transformação profunda e que leva tempo. hooks afirma que:

> (...) quando imagens libertadoras são criadas e apresentadas no mercado cultural, é difícil disseminar novas ideias, novas visões. Ao mesmo tempo, trabalhar dentro das restrições de uma estética racista traz dinheiro, fama e atenção, sobretudo na cultura popular, enquanto é muito fácil que a ênfase em imagens libertadoras seja escanteada. (hooks, 2019, p. 22)

Ainda sobre essas relações de poder, Hall exalta a importância do poder na representação, que vai além, como comumente pensamos, de restrições ou coerções físicas diretas. O autor destaca, então, que precisamos entender o mundo também em termos do "poder de marcar, atribuir e classificar; do poder *simbólico*; do poder da expulsão *ritualizada*" (HALL, p. 193, 2016).

> O poder, ao que parece, tem que ser estendido aqui não apenas em termos de exploração econômica e coerção física, mas também em termos simbólicos ou culturais mais amplos, incluindo o poder de representar alguém ou alguma coisa de certa maneira – dentro de um determinado "regime de representação". (HALL, p. 193, 2016)

Neste trabalho, então, buscamos compreender essa dinâmica de poder sob o prisma das questões de raça e de racismo. Partindo da ideia de que, como afirma hooks, "o campo da

.

representação permanece um lugar de luta quando examinamos criticamente as representações contemporâneas da negritude e das pessoas negras" (hooks, 2019, p. 30). Por isso, é importante nessas análises sobre representações buscarmos entender como a identidade é construída e reconstruída ao longo da nossa história e da história da sociedade. hooks entende que:

> (...) a descolonização como um processo político é sempre uma luta para nos definir internamente, e que vai além do ato de resistência à dominação, estamos sempre no processo de recordar o passado, mesmo enquanto criamos novas formas de imaginar e construir o futuro. (hooks, 2019, p. 32-33)

Esta dissertação está organizada em quatro capítulos. No primeiro, discutimos os conceitos de raça, racismo e branquitude, sob a luz do discurso. Além disso, recorremos à teorização do feminismo negro para compreender as demandas e a epistemologia a que se vinculam pensadoras e ativistas negras. No segundo, discutimos o percurso teórico-metodológico da pesquisa com base na Análise do Discurso em sua proposta analítica intersemiótica de discursos que associam verbal e não-verbal. Além de apresentarmos a publicação, em seu contexto de enunciação e circulação, e discutirmos brevemente o papel que a mídia desempenha nos processos de representação. E no terceiro capítulo, discorremos sobre as análises de dados, mostrando como são construídas as representações das mulheres negras na revista. E, por fim, apresentamos em nossas considerações finais as conclusões e contribuições deste trabalho para a temática abordada.

.

1- Raça e racismo, sob a luz do discurso

Neste trabalho buscamos compreender a raça sob a ótica discursiva, como proposto por Stuart Hall (HALL, 2015). O autor explica que foi insustentável localizar "as diferenças entre as raças no terreno da ciência biológica ou genética", e, por isso, tornou-se necessário "substituir a definição biológica de raça pela sócio-histórica ou cultural" (HALL, 2015).

Hall afirma, ainda, que a "raça se assemelha mais a uma linguagem do que à nossa forma de constituição biológica". Esse sentido, segundo o sociólogo, "está sujeito a um processo de perda de velhos sentidos, apropriação, acúmulo e contração de novos sentidos; a um processo infindável de constante resignificação, no propósito de sinalizar coisas diferentes em diferentes culturas, formações históricas e momentos". E, por isso, Hall define a raça como flutuante, pois não é possível fixá-la "para sempre ou trans-historicamente" (HALL, 2015, n.p.).

> Ou seja, há sempre um certo deslizamento do sentido, há sempre uma margem ainda não encapsulada na linguagem e no sentido, sempre algo relacionado com raça que permanece não dito, alguém é sempre o lado externo constitutivo, de cuja existência a identidade de raça depende, e que tem como destino certo voltar de sua posição de expelido e abjeto, externo ao campo da significação, para perturbar os sonhos de quem está à vontade do lado de dentro. (HALL, 2015, n.p.)

O autor não nega, entretanto, a existência de diferenças, inclusive, sociais ou quando tratamos de aparências, mas destaca a importância dos sistemas que utilizamos para dar sentido a elas e tornar a sociedade inteligível. Ele evidencia que o uso da palavra "discursivo" marca "teoricamente a transição de uma compreensão mais formal da diferença para uma compreensão de como as ideias e conhecimentos da diferença organizam as práticas humanas entre os indivíduos" (HALL, 2015, n.p.).

> (...) na medida em que estamos falando do sistema de classificação de diferenças, o corpo é um texto e somos todos leitores dele. E circulamos, olhando esse texto, inspecionando-o como críticos literários cada vez mais de perto para ver as diferenças mais refinadas, as tão sutis diferenças de metáfora. E quando isso não funciona começamos, como verdadeiros estruturalistas, a fazer uso das combinações. (HALL, 2015, n.p.)

Hall frisa, porém, que "não se pode parar na superfície do próprio corpo negro como se isso desse um fim à discussão" (HALL, 2015, n.p.). Ele destaca, nesse sentido, "que não podemos nos desviar da realidade de raça porque a própria realidade de raça é o obstáculo que nos separa de uma compreensão mais profunda do sentido de dizer que raça é um sistema

.

cultural", um dos "mais profundos e complexos que nos permitem distinguir entre dentro e fora, entre nós e eles, entre quem pertence e quem não pertence" (HALL, 2015, n.p.).

> (...) tanto a política de raça quanto a de anti-raça estão fundadas na noção de que de alguma maneira, em algum lugar, seja através da biologia, ou da genética, ou da fisiologia, da cor, ou algo que não seja a história e cultura humanas, há uma garantia da verdade e autenticidade das coisas nas quais acreditamos e que queremos fazer. É a busca da garantia, tanto na política antirracista quanto na política racista, que nos vicia na preservação do traço biológico. É difícil abrir mão dele porque, no final das contas, não sabemos como seria tentar conduzir uma política, sobretudo uma política antirracista, sem garantias. Não sabemos como conduzir a política sem garantia. (HALL, 2015, n.p.)

Ianni também colabora para essa discussão, uma vez que explicita que a raça não é "uma condição biológica como a etnia, mas uma condição social, psicossocial e cultural, criada, reiterada e desenvolvida na trama das relações sociais, envolvendo jogos de forças sociais e progressos de dominação e apropriação." (IANNI, 2004, p. 23).

Para compreender essa construção é necessário o entendimento inicial de como os conceitos de raça e racismo são estruturados socialmente. Kabengele Munanga explica que

> Se na cabeça de um geneticista contemporâneo ou de um biólogo molecular a raça não existe, no imaginário e nas representações coletivas de diversas populações contemporâneas existem ainda raças fictícias e outras construídas a partir das diferenças fenotípicas como a cor da pele e outros critérios morfológicos. É a partir dessas raças fictícias ou "raças sociais" que se reproduzem e se mantêm os racismos populares. (MUNANGA, 2004, p. 6)

Considerando esse contexto sociocultural, é essencial compreender que quando uma cultura é colocada como normativa em uma sociedade cria-se, assim, uma hierarquia dentre elas, negando-se, assim, o valor singular de cada uma das manifestações e instalando-se um domínio organizado, com o intuito de doutrinar as culturas que são entendidas como inferiores. Fanon diz que essa é uma forma de "escravização econômica e mesmo biológica" (FANON, p. 46, 2020), já que, como o autor afirma, "o racismo vulgar, primitivo, simplista, pretendia encontrar na biologia – uma vez que as Escrituras se provaram insuficientes – a base material da doutrina" (FANON, p. 47, 2020). Além disso, Fanon destaca como o regime colonial destruiu os sistemas de referência do colonizado, impondo-lhes novos valores e desestruturando seus modos de vida (FANON, 2020).

Hall destaca que é essencial "examinar o campo semântico dentro do qual qualquer cadeia ideológica ganha significado", já que, para ele, o "momento da formação histórica é crítico para qualquer campo semântico", Segundo já que essas zonas semânticas "deixam traços de suas vinculações, bem depois do desaparecimento das relações sociais as quais elas se

.

referiam. Esses traços podem ser reativados num estágio posterior, até mesmo quando os discursos já tiverem se fragmentado em ideologias orgânicas e coerentes.” (HALL, 2003, p. 193).

Em outro sentido de ideologia, compreendendo o conceito como um discurso que escamoteia algo, Munanga analisa que o racismo:

> É um conceito carregado de ideologia, pois como todas as ideologias, ele esconde uma coisa não proclamada: a relação de poder e de dominação. A raça, sempre apresentada como categoria biológica, isto é natural, é de fato uma categoria etnosemântica. De outro modo, o campo semântico do conceito de raça é determinado pela estrutura global da sociedade e pelas relações de poder que a governam. Os conceitos de negro, branco e mestiço não significam a mesma coisa nos Estados Unidos, no Brasil, na África do Sul, na Inglaterra, etc. Por isso que o conteúdo dessas palavras é etno-semântico, político-ideológico e não biológico (MUNANGA, 2004, p. 6).

Essa ideologia orgânica e coerente, a qual chamamos atualmente de racismo estrutural (ALMEIDA, 2018), é entendida por Silvio Almeida como uma ação que vai além de consciente. Já que, mesmo aqueles que acreditam que não são ativamente racistas, têm essa ideologia perpassando inconscientemente as práticas sociais cotidianas. O que não significa negar a existência de atitudes racistas obviamente intencionadas, porém “a ação dos indivíduos, ainda que conscientes, ‘se dá em uma moldura de sociabilidade dotada de constituição historicamente inconsciente.’” (ALMEIDA, 2018, p. 50). Fanon também se propõe a analisar sobre como o racismo opera nos indivíduos, e afirma que o “hábito de considerar o racismo como uma disposição do espírito, como uma falha psicológica, deve ser abandonado”. (FANON, 2020, p. 52). Logo, entende-se que, apesar da estruturalidade social dessa discriminação, podemos compreender que cada indivíduo é responsável e deve responder pelos seus atos racistas. Fanon completa, e afirma que manifestações racistas vão muito além do indivíduo, e tem como objeto “uma certa forma de existir" (FANON, 2020, p. 47).

Nessa estrutura, na qual Ianni denomina de “ideologia racial do branco”, o sociólogo compreende que há uma “supervalorização do branco em confronto com o negro”, na qual “sempre que possível, o branco superestima-se, subestimando explícita ou implicitamente o negro” (IANNI, 1987, p. 80-81). Compreendemos aqui que o autor dialoga com o proposto por Munanga, quando o antropólogo afirma que:

> (...) o racismo hoje praticado nas sociedades contemporâneas não precisa mais do conceito de raça ou da variante biológica, ele se reformula com base nos conceitos de etnia, diferença cultural ou identidade cultural, mas as vítimas de hoje são as mesmas de ontem e as raças de ontem são as etnias de hoje. O que mudou na realidade são os termos ou conceitos, mas o esquema ideológico que subentende a dominação e a exclusão ficou intato (MUNANGA, 2004, p. 12-13).

.

Sueli Carneiro compreende esse cenário a partir do conceito de racialidade que, segundo ela, é um dispositivo de poder que opera a partir de mecanismos discursivos construídos na colonização e que servem como um meio de manutenção das opressões contra os negros. A autora afirma, ainda, que:

> (...) o dispositivo de racialidade beneficia-se das representações construídas sobre o negro durante o período colonial no que tange aos discursos e práticas que justificaram a consituição de senhores e escravos, articulando-os e resignificando-os à luz do racialismo vigente no século XIX, época em que tais representações se constituem, para Hannah Arendt, em ideologia, a qual é por ela compreendida como arma política, da política imperialista européia, que se consolida no período da ‘’corrida para a África”. (CARNEIRO, 2005, p. 50)

Representações, essas, que seguem sendo reproduzidas cotidianamente pela mídia, a partir de nova imagens, porém, ainda com o mesmo objetivo de subaltenrizar os corpos negros. E, apesar do fim do colonialismo, a colonialidade[6] segue tendo o poder de estabelecer lugares sociais marginalizados para os sujeitos racializados. Nesse sentido, objetivando uma mudança real desses mecanismos de sustentação das desigualdades raciais, Sérgio Costa, destaca que “já está sobejamente demonstrado que as desigualdades raciais não desaparecem com a modernização, ao contrário, se agravam com ela, clamam, por isso, por medidas específicas de tratamento como a reeducação cívica, as políticas de ação afirmativa etc.” (COSTA, 2002, p. 47).

1.1 - O pensamento social sobre raça no Brasil: alguns apontamentos

A compreensão do conceito de raça pelo viés social e discursivo, hoje, já é algo estabelecido academicamente. Porém, na construção do debate racial brasileiro, que ocorreu primordialmente nas últimas décadas do século XIX e primeiras décadas do século XX, o discurso dominante era o biológico. E, nesse contexto, os negros e mestiços eram tidos como biologicamente inferiores. Costa analisa que:

> O diagnóstico hegemônico até esse período apontava a inferioridade de fundo biológico dos negros e mestiços, enquanto os prognósticos variavam de uma

[6] Segundo Aníbal Quijano, “colonialidade é um dos elementos constitutivos e específicos do padrão mundial do poder capitalista. Sustenta-se na imposição de uma classificação racial/étnica da população do mundo como pedra angular do referido padrão de poder e opera em cada um dos planos, meios e dimensões, materiais e subjectivos, da existência social quotidiana e da escala societal. Origina-se e mundializa-se a partir da América”. (QUIJANO, 2009, p. 73)

.

> avaliação pessimista das possibilidades de se construir sobre tal base humana uma nação progressista nos trópicos (Nina Rodrigues, 1935) até a expectativa positiva de que a miscigenação levaria ao embranquecimento no sentido cromático e genético – paulatino da população (Oliveira Vianna, 1923). (COSTA, 2002, p. 40)

Esse embranquecimento, entretanto, ia além do fator genético e atingia, ainda, a esfera cultural da sociedade, em uma tentativa de torná-la hegemonicamente branca. Essa proposta, inclusive, chegou a ser assimilada e propagada por alguns membros das comunidades negras pelo país. Petrônio Domingues (2002) buscou compreender a dinâmica de alguns deles, pertencentes à classe média alta paulistana, que viveram no início do século XX. Domingues entende que para legitimar a sua dominação, "a 'raça' branca precisa que as demais raças e grupos étnicos, inclusive os negros, assimilem seus valores e passem a se comportar, pensar, sentir e agir conforme a sua ideologia racial" (DOMINGUES, 2002). Esse objetivo foi alcançado, em algum grau, e os chamados "branqueadores sociais" julgavam que precisavam ser um "negro da essência da brancura". Esses "negros avaliavam-se pelas representações negativas construídas pelos brancos" e "desenvolveram certo desprezo em relação às raízes da negritude", demonstrado através de "recusa da herança cultural africana e o isolamento do convívio social com os negros da 'plebe' dos negros" (DOMINGUES, 2002).

Na década de 30, entretanto, o Brasil busca um modelo de constituição nacional e, influenciado pela França, concebe essa proposta como "uma comunidade nacional integrada não pelas origens, mas pelo contrato, diferenciando-se, assim, do nacionalismo alemão de corte étnico-racial" (COSTA, 2002, p. 41). Há no modelo francês, todavia, uma ambiguidade, que é herdada pelos trabalhos de Gilberto Freyre, principal bastião nacional dessas ideias, na qual há uma "referência implícita a uma 'raça histórica' construída a partir 'de memórias coletivas, de experiências históricas e do culto aos ancestrais'". Costa afirma que:

> (...) ao contrário de muitos intérpretes de Freyre (ver, p. ex., Araújo, 1994), Guimarães não entende que o autor opera uma inflexão definitiva no discurso racista dominante. Segundo ele, Freyre rompe com o biologicismo, mas não com a idéia de raça. Para Guimarães, Freyre defende uma 'concepção eurocêntrica de embraquecimento'. (COSTA, 2002, p. 41)

O país passou, então, a ser capaz de integrar os mestiços e pretos, porém, essa integração implicava em uma concordância por parte dessas pessoas, renegarem a sua ancestralidade africana ou indígena. O embranquecimento e a democracia racial são conceitos que surgem na esteira desse novo discurso racialista (COSTA, 2002, p. 41) e, assim,

> Constitui-se, nesse momento, as bases de uma ideologia da mestiçagem que, em seus aspectos culturais, orientaria a ação dos governos brasileiros pelo menos até o fim da ditadura militar (cf. Costa, 2001a). Em tal corpo ideológico, a afirmação de uma

.

> "brasilidade mestiça" como unidade da diversidade – nos termos sistematizados intelectualmente por Freyre – é mantida como pré-requisito da constituição da comunidade política nacional. (COSTA, 2002, p. 42)

Na década de 50, o proposto por Freyre aos poucos perdia força. Porém, a ideia de que no Brasil, as desigualdades eram pautadas por preconceito de cor e não de raça era persistente. Oracy Nogueira (2006) propunha, por exemplo, que no Brasil ocorria um "preconceito de marca", que nada mais era do que uma reformulação do preconceito de cor. O sociólogo defende que essa discriminação racial que ocorre no Brasil é, de certa forma, mais branda, já que ao contrário do "preconceito de origem", que exclui incondicionalmente os membros do grupo atingido; o de marca, determina apenas uma preterição. Em um exemplo citado pelo autor, relatado abaixo, a responsabilidade individual e o fator mérito são colocados como maneiras de escapar dessa discriminação.

> (...) um clube recreativo, no Brasil, pode opor maior resistência à admissão de um indivíduo de cor que à de um branco; porém, se o indivíduo de cor contrabalançar a desvantagem da cor por uma superioridade inegável, em inteligência ou instrução, em educação, profissão e condição econômica, ou se for hábil, ambicioso e perseverante, poderá levar o clube a lhe dar acesso, "abrindo-lhe uma exceção", sem se obrigar a proceder da mesma forma com outras pessoas com traços raciais equivalentes ou, mesmo, mais leves. (NOGUEIRA, 2006, p. 293)

Ao longo dos anos, entretanto, através de lutas travadas pelos movimentos negros e avanços políticos conseguidos, apesar de enorme resistência, o mito da democracia racial e suas teorias subsequentes foram questionados e a ideia de que o racismo é algo pontual ou individual perdeu força, sendo substituída pela ideia de estruturalidade social dessa discriminação. Porém, ainda temos fortes ecos na nossa sociedade da negação do racismo, apesar da racialidade ser uma realidade que permanece nos hierarquizando socialmente, a despeito do consenso de que biologicamente o conceito de raça não existe.

É importante, então, compreendermos a origem desta ideia de democracia racial que, apesar de não ter sido assim cunhada por Gilberto Freyre, foi disseminada de maneira efetiva pelo sociólogo, que conseguiu forjar no Brasil uma ideia de que vivíamos em uma sociedade harmoniosa racialmente e culturalmente. Guimarães explica que Freyre, na década de 30, teorizou que:

> a cultura luso-brasileira, o 'mundo que o português criou', teria desenvolvido uma 'democracia social' mais profunda e pujante que a 'democracia política' dos anglo-saxões e franceses. Essa democracia social seria basicamente um modo diferente de colonizar que significou miscigenar-se, igualar-se, integrar os culturalmente inferiores, absorver sua cultura, dar-lhes chances reais de mobilidade social no mundo

.

> branco". Esse pensamento foi traduzido como "democracia racial" e ganhou "por um bom tempo, pelo menos dos anos 1940 até os 1960, a conotação de um ideal político de convivência igualitária entre brancos e negros (GUIMARÃES, 2002). (GUIMARÃES, 2008, p. 74-75)

Kabengele Munanga explana o quão profunda é a penetração desta ideia no Brasil, baseada "na dupla mestiçagem biológica e cultural entre as três raças originárias", e como vem até hoje "permitindo às elites dominantes dissimular as desigualdades e impedindo os membros das comunidades não-brancas de terem consciência dos sutis mecanismos de exclusão da qual são vítimas na sociedade" (MUNANGA, 1999, p. 80). O autor expõe, ainda, como essa ideologia foi usada como mecanismo para criar a noção de identidade nacional, a partir do encobrimento de conflitos raciais.

> (...) possibilitando a todos se reconhecerem como brasileiros e afastando das comunidades subalternas a tomada de consciência de suas características culturais que teriam contribuído para a construção e expressão de uma identidade própria. Essas características são "expropriadas", "dominadas" e "convertidas" em símbolos nacionais pelas elites dirigentes. (MUNANGA, 1999, p. 80)

A branquitude, nesse contexto, exerce todo o seu poder de determinar quais aspectos culturais são relevantes e quais devem ser escanteados. E os transforma, conforme os seus interesses, em símbolos de uma sociedade pretensamente harmoniosa e que respeita todos os corpos presentes. Por isso, torna-se essencial na próxima seção abordarmos como a branquitude atuou e permanece atuando, nos hierarquizando racialmente, inclusive, a partir de discursos verbais e não-verbais.

1.2 - Branquitude e discurso

Neste trabalho, torna-se necessário abordar o conceito de branquitude pela dinâmica apresentada na própria revista *Glamour*. A publicação traz em suas capas uma maioria expressiva de mulheres brancas em detrimento das negras. O que é totalmente desproporcional à configuração racial da sociedade brasileira. No mídia kit[7] de 2017, por exemplo, não há sequer uma mulher negra nas páginas do material, fato que se repete nas capas das edições de 2013 e 2014, quando houve, respectivamente, 16 e 14 imagens de mulheres brancas estampadas.

A branquitude, segundo Bento, precisa ser compreendida a partir da projeção do branco sobre o negro, "nascida do medo e cercada de silêncio, fiel guardião dos privilégios". Há, nesse

[7] Material voltado para atuais ou futuros anunciantes do veículo midiático. Publicado anualmente, é normalmente composto basicamente por dados gerais sobre o veículo, público-alvo, informações que costuma veicular, formatos, preços e anúncios que são permitidos, estatísticas de consumo, dentre outros.

.

processo, um comprometimento da "capacidade de identificação com o próximo, criando-se, desse modo, as bases de uma intolerância generalizada contra tudo o que possa representar a diferença" (BENTO, 2002, p. 44). A autora levanta a hipótese de que nas relações raciais hierarquizadas há uma configuração similar à do amor narcísico, "relacionado com a identificação, tanto quanto o ódio narcísico com a desidentificação" (BENTO, 2002, p. 44). Ela afirma que:

> A ameaça externa por conta da ação das ideologias sociais ganha contornos físicos e sociais que oferecem argumentos aparentemente objetivos para que o psiquismo com problemas, escolha esse ou aquel*e* grupo social como inimigo. Os alvos preferenciais de descargas pulsionais violentas são então os grupos politicamente minoritários, as etnias e as nacionalidades construídos como objetos de preconceito e discriminação. (BENTO, 2002, p. 45)

Esses grupos minoritários são racializados e devidamente estigmatizados, ao contrário do branco, que ocupa um lugar social de "padrão normativo único" (CARDOSO, 2010, p. 611), em contraponto aos outros. Lourenço Cardoso analisa, entretanto, que a identidade racial branca não é homogênea e estática, mas variável conforme localização geográfica e temporal, no Brasil sendo sinônimo de poder. O autor destaca, ainda, que:

> A branquitude é um lugar de privilégios simbólicos, subjetivos, objetivo, isto é, materiais palpáveis que colaboram para construção social e reprodução do preconceito racial, discriminação racial "injusta" e racismo. Uma pesquisadora proeminente desse tema Ruth Frankenberg define: a branquitude como um lugar estrutural de onde o sujeito branco vê os outros, e a si mesmo, uma posição de poder, um lugar confortável do qual se pode atribuir ao outro aquilo que não se atribui a si mesmo (Frankenberg, 1999b, pp. 70-101, Piza, 2002, pp. 59-90). (CARDOSO, 2010, p. 611)

E a partir dessa invisibilização do outro, a racialidade é "vivida como um círculo concêntrico: a branquitude se expande, se espalha, se ramifica e direciona o olhar do branco." (BENTO, 2002, p. 47). Há, assim, um silenciamento do outro, da sua história e de suas dores e o branco não quer se entender como responsável pelas mazelas raciais da sociedade e, muito menos, como privilegiado nessa equação. A branquitude, em geral, não se analisa e não se questiona, e Bento destaca que:

> Para compreender o silêncio, Orlandi (1995) nos mostra que é preciso desfazer toda uma trama discursiva que foi construída pela ciência, pela política social e pela religião, ao longo de uma história de 500 anos. (...) Ela entende que é pela historicidade que se pode encontrar todo um processo discursivo marcado pela produção de sentidos que apagam um determinado segmento social, processo que o coloca no silêncio. Nem por isso eles deixam de significar na história. (BENTO, 2002, p. 51)

.

Essa construção discursiva sobre a branquitude se apoia, ainda, em um ideal de branqueamento, segundo Carneiro (2005). Ideal este que constantemente é reforçado pelas construções e imagens midiáticas, como podemos ver no córpus deste trabalho. No qual constatamos que a revista *Glamour* reafirma, de maneira enfática, o padrão eurocêntrico de beleza e poder, ao escamotear corpos negros do espaço de poder que representa a sua capa. Carneiro afirma que esse padrão racista é imposto:

> (...) ao imaginário social pela cultura dominante através da exibição permanente de seus símbolos, que expressam os seus sucessos materiais e simbólicos como demonstração de sua superioridade "natural", cotejados sistematicamente com os símbolos de estigmatização da negritude, seu contraponto necessário. Por isso, os meios de comunicação, "para retratar a pobreza, a miséria, a delinqüência, o analfabetismo, a ignorância, a indigência humana, são pródigos em exibir pessoas negras" (Carneiro, 06 Abr. 2001D). E, para assegurar o mito, promove-se uma integração minoritária e subordinada de negros que não correspondem aos estereótipos consagrados nas imagens veiculadas pelos meios de comunicação de massa, em especial nas imagens publicitárias; o que pela excepcionalidade reitera a regra discricionária. (CARNEIRO, 2005, p. 65 e 66)

Neste contexto, no qual a construção de uma identidade negra positiva se torna uma missão complexa, não raro nos deparamos com indivíduos que, mesmo nos dias de hoje, ainda entendem o embranquecimento como um caminho de aceitação social. Isto é, uma ideia de que quanto mais próximos de um padrão branco, esteticamente, culturalmente e intelectualmente, mais bem-sucedidos serão. Farias, Feijo, Poletto e Santos, a partir do levantamento elaborado por eles, especialmente em relação ao estereótipo negróide, destacam que:

> Gomes (2002), Medeiros (2011), Silva e Branco (2011) e Silva e Leão (2012) revelaram com suas pesquisas que a rejeição pela população negra de suas características vai além da dificuldade em definir-se como negro ou em reconhecer sua ancestralidade africana. Existe a crença - alimentada não somente pela invisibilidade das próprias características, mas também pela supervalorização das características do branco - de que as características precisam ser modificadas para serem aceitas (Silva & Branco, 2011). O ápice deste processo de rejeição acarretaria a perspectiva futura de suprimir tais características percebidas como negativas e obter, mesmo que artificialmente, as tidas como positivas. Ponte (2018) reforçou essa percepção ao constatar nos salões de beleza nos quais fez sua pesquisa essa mesma perspectiva: ser magro e ter cabelo liso seria estereótipo ideal. (FARIAS; FEIJO; POLETTO; SANTOS, 2020, p. 121)

Nesse sentido, Gabriel Nascimento analisa que por trás desta adaptação ao padrão de branqueamento pelo negro no Brasil, por meio de diversas narrativas, há uma evidente relação com mito da mobilidade social na nossa sociedade e com a necessidade de ser considerado humano (NASCIMENTO, 2019, n.p.). O autor frisa, ainda, que nesse contexto de racialização, há duas figuras: a que é submetida às condições de raça e a que dela se desresponsabiliza. O

.

linguista cita Linda Alcoff que articula sobre essa desresponsabilização da branquitude, que em seus espaços de privilégio fala pelos negros, sem haver de sua parte um esforço para dividir esses espaços de enunciação (NASCIMENTO, 2019, n.p.). Nessa dinâmica, podemos entender que a mídia é, sem dúvida, um importante espaço de enunciação. Sendo, assim, essencial uma transformação da sua estrutura em todos os níveis, desde a capa de uma revista até quais profissionais atuam e estão por trás dela.

Neste trabalho, optamos por abordar o conceito de branquitude. Porém, é importante destacar que, no Brasil, a ideia de branquidade também é debatida entre alguns autores, que distinguem essas duas noções. Maeso explica que:

> (...) a professora Adevanir Aparecida Pinheiro (2019), seguindo o trabalho de, entre outras e outros autores, Maria Aparecida Bento e Alberto Guerreiro Ramos, considera que 'o conceito de branquidade diz respeito aos sujeitos que negam a importância do conceito de raça enquanto conceito político, não se abrindo para o diálogo sobre essa importância. Por outro lado, podemos falar em branquitude quando os sujeitos brancos aceitam a importância do conceito de raça enquanto conceito político e interagem de igual para igual'. (MAESO, p. 241, 2020)

Na próxima seção, com o obejtivo de compreender como se dão representações de raça e gênero na revista selecionada e identificar se há rupturas com discursos que mantêm ou, até mesmo, fortalecem o racismo e o sexismo, buscamos empreender um diálogo com o feminismo negro, suas demandas e construções epistemológicas.

1.3 - Raça e gênero: racismo genderizado[8] e feminismo negro

Consideramos essencial destacar especificamente, ainda que de modo breve, a trajetória e demandas de um movimento particular no espectro feminista, o feminismo negro. Esse movimento insurgiu, dentre outros fatores, a partir, da ausência da questão racial no movimento de mulheres, mas também na realidade das militâncias feministas; e também da lacuna sentida nos próprios movimentos negros em relação à questões específicas sobre gênero. No Brasil, esta iniciativa ganhou força e começou a se organizar formalmente na década de 70. Biroli e Miguel explicam que:

> Tendo como ponto de partida um ambiente em que sua condição de mulheres negras não estava contida nem na agenda feminista nem na antirracista, colocava-se o desafio de produzir lutas e formas de conhecimento que não suspendessem sua vivência. De maneira bastante semelhante aos relatos feitos por autoras como Bell

[8] Segundo Grada Kilomba, "racismo genderizado (ESSED, 1991, p. 30)" se refere "à opressão racial sofrida por mulheres negras como estruturada por percepções racistas de papéis de gênero" (KILOMBA, 2019, p. 99).

.

> Hooks (1984) nos Estados Unidos no mesmo período, Gonzalez mencionava, para o caso brasileiro, as resistências a mulheres negras que assumiam sua própria fala, muitas vezes definidas como agressivas, 'criadoras de caso' e divisionistas (BAIRROS, 2000). (BIROLI; MIGUEL, 2015, p. 38)

Um exemplo desta mobilização foi a criação do Reunião de Mulheres Negras Aqualtune (Remunea), em 1979, como descrito por Elizabeth Viana:

> Em 1979, as mulheres associadas ao Instituto de Pesquisa das Culturas Negras (IPCN), fundado em 1975, apresentaram uma proposta de 'reunir mulheres que participavam ou tinham participado de várias entidades', tais como 'organizações negras, das organizações de mulheres ou de outras organizações democráticas e progressistas', não para formar 'mais um grupinho', e sim discutir uma 'contra-ideologia' de combate ao racismo e o sexismo. Assim, conceberam o Reunião de Mulheres Negras Aqualtune (Remunea), (Viana, 2006, p. 213) denominado por Lélia de 'Grupão' (Gonzalez, 1994, p. 179). (VIANA, 2010, p. 57)

Comumente, vemos questionamentos sobre a necessidade da existência de um feminismo negro e o entendimento de que este seja um movimento segregacionista. bell hooks, entretanto, ao falar sobre ativistas brancas na luta pelos direitos civis, no contexto estadunidense, explicita a importância desta dissidência: "Apenas por terem participado na luta antirracismo não significa que se desapegaram da supremacia branca, da noção de serem superiores às mulheres negras, mais informadas, mais educadas, mais preparadas para 'liderar' o movimento." (hooks, 2018, p. 69). Além disso, Biroli e Miguel destacam que, nessa vertente, "a raça ganha maior peso e a consideração conjunta do gênero, da classe e da raça organiza lutas e novos paradigmas para a produção do conhecimento sobre a posição das mulheres no mundo social." (BIROLI; MIGUEL, 2015, p. 36). Os autores, ainda, destacam como o feminismo negro, direta ou indiretamente, contribuiu para aprofundar debates, que antes eram tratados mais perifericamente. Eles afirmam que:

> (...) embora não exista uma relação automática entre o destaque para a raça e o destaque para a classe, a origem popular de muitas das feministas negras levou a agendas e perspectivas que não apenas trouxeram novos aportes, mas modificaram o debate mais amplo por deslocar visões que se apresentavam como "gerais" na sua correspondência com as experiências "das mulheres", mas estavam fundadas na vivência e na posição relacional de algumas mulheres. (BIROLI; MIGUEL, 2015, p. 36)

A compreensão sobre a importância dos estudos e movimentos interseccionais, em relação à diversas questões sociais, evidenciou o quão visionário foram os movimentos feministas negros antes do termo interseccionalidade adquirir o reconhecimento acadêmico e político que tem atualmente. Segundo Patrícia Hill Collins, intelectual feminista afro-estadunidense, "As narrativas contemporâneas relativas à emergência da interseccionalidade

.

ignoram, com frequência, a relação desta com as políticas feministas negras dos anos 1960 e 1970 nos Estados Unidos.” (COLLINS, 2017, p. 8). Collins ainda destaca que fez parte do processo de emancipação das mulheres afro-americanas a escrita de “ensaios provocativos sobre como as mulheres negras nunca ganhariam sua liberdade sem perceber sua raça, classe e gênero.” (COLLINS, 2017, p. 8). Biroli e Miguel salientam que que o estabelecimento do feminismo negro e a construção de uma agenda acadêmica a partir dele também tiveram um papel essencial para a compreensão de que as opressões não atingem isoladamente os indivíduos. “(...) mas também não o fazem somadas ou acopladas, em dinâmicas que permitiriam visualizar cada eixo de opressão separadamente para então compreender sua concomitância, ou os efeitos de sua co-presença.”. (BIROLI, MIGUEL, 2015, p. 47).

Nesse contexto, o conceito de interseccionalidade foi sistematizado pela teórica e ativista Kimberlé Crenshaw, como um meio para refletir sobre essas exclusões e, consequentemente, pensar estratégias de enfrentamento. A autora afirma que:

> A associação de sistemas múltiplos de subordinação tem sido descrita de vários modos: discriminação composta, cargas múltiplas, ou como dupla ou tripla discriminação. A interseccionalidade é uma conceituação do problema que busca capturar as consequências estruturais e dinâmicas da interação entre dois ou mais eixos da subordinação. Ela trata especificamente da forma pela qual o racismo, o patriarcalismo, a opressão de classe e outros sistemas discriminatórios criam desigualdades básicas que estruturam as posições relativas de mulheres, raças, etnias, classes e outras. Além disso, a interseccionalidade trata da forma como ações e políticas específicas geram opressões que fluem ao longo de tais eixos, constituindo aspectos dinâmicos ou ativos do desempoderamento. (CRENSHAW, 2002, p. 177)

Fernanda Carrera propõe que “o conceito de interseccionalidade emerge como fundamento metodológico para dar visibilidade às opressões vividas por mulheres negras” (CARRERA, 2020, p. 3). A autora, então, destaca a importância do papel do feminismo negro de jogar luz em outras formas de opressão, que se unem à questão de classe, mas não se limitam à ela.

> Nesse sentido, para o feminismo negro, é preciso negar a primazia da classe para a compreensão de quaisquer fenômenos em torno da violência, da injustiça e da opressão, como historicamente foi o direcionamento das ciências sociais, isto é, assim como gênero, sexualidade e outras avenidas identitárias também são, “raça é a maneira como a classe é vivida” (DAVIS, 2011). A visão marxista ortodoxa, portanto, não prevê o alargamento da concepção sobre exploração para além do ponto de vista econômico, negligenciado os “brancos sem propriedade dos meios de produção que recebem seus adventos do racismo” (GONZALEZ, 2018, p. 19). O conceito de interseccionalidade, assim é “sobre a identidade da qual participa o racismo interceptado por outras estruturas” (AKOTIRENE, 2019, p. 48). (CARRERA, 2020, p. 3)

.

Patricia Hill Collins analisa que a luta das mulheres negras contra essas opressões gera uma reação social, na qual elas são “atacadas com uma série de imagens negativas”, o que a autora chama de “imagens de controle”. Como ela define, “justificativas ideológicas poderosas” são essenciais para a manutenção das “opressões interseccionais de raça, classe, gênero e sexualidade”. Collins afirma que “a autoridade para definir valores sociais é um importante instrumento de poder” e, dessa forma, grupos de elite “manipulam ideias sobre a condição de mulher negra” e, “exploram símbolos já existentes, ou criam novos”. A socióloga estadunidense destaca alguns desses símbolos, como os estereótipos da *mammy*, da matriarca, da mãe dependente do Estado e da gostosa, e entende que é crucial ao pensamento feminista negro desafiá-los. (COLLINS, 2019, p. 135).

Considerando o contexto brasileiro deste debate interseccional, Sueli Carneiro destaca como o feminismo negro é influenciado por algumas características típicas das sociedades latino-americanas, como a mutirracialidade, o pluriculturalismo e o racismo (CARNEIRO, 2011). A teórica afirma que:

> Em geral, a unidade na luta das mulheres em nossas sociedades não depende apenas da nossa capacidade de superar as desigualdades geradas pela histórica hegemonia masculina, mas exige, também, a superação de ideologias complementares desse sistema de opressão, como é o caso do racismo. O racismo estabelece a inferioridade social dos segmentos negros da população em geral e das mulheres negras em particular, operando ademais como fator de divisão na luta das mulheres pelos privilégios que se instituem para as mulheres brancas. Nessa perspectiva, a luta das mulheres negras contra a opressão de gênero e de raça vem desenhando novos contornos para a ação política feminista e anti-racista, enriquecendo tanto a discussão da questão racial, como a questão de gênero na sociedade brasileira. (CARNEIRO, 2011, n.p.)

A questão da inferioridade social, como destacada por Carneiro (2011), passa por todas as esferas da vivência das pessoas negras. Nilma Lino Gomes evidencia uma destas esferas, a da corporalidade da mulher negra, que é oprimida constantemente pelo padrão de beleza branco imposto pelo racismo que estrutura a sociedade, no que diz respeito às imagens difundidas midiaticamente pelas indústrias da moda e da beleza. A autora explica que há uma tensão entre “um padrão de beleza corporal real e um ideal” e que “a consciência ou o encobrimento desse conflito, vivido na estética do corpo negro, marca a vida e a trajetória dos sujeitos.” (GOMES, 2019, n.p.).

É nesse sentido que João B. Santos descreve como não apenas a representação estereotipada, mas a ausência de pessoas negras na mídia, colabora com uma autoimagem distorcida desses sujeitos. Nas palavras do autor:

.

> Os meios de comunicação nacionais reforçam a identidade racial negativa do negro, alimentando simbolicamente o ideal de branqueamento, sendo uma de suas consequências o desejo de euro-norte-americanização que faz com que, mesmo após cem anos do movimento eugenista, que iniciou no final do século XIX, negros e negras permaneçam com as mesmas compulsões desagregadoras de uma autoimagem depreciativa. (SANTOS, 2004, p. 10)

Nessa dinâmica, as pessoas negras, especialmente as mulheres negras, são desumanizadas e infantilizadas, perdendo, assim, a sua agência como ser humano. Não há espaço para os corpos e para os discursos negros, que são relegados à marginalidade social. Segundo Lélia Gonzalez:

> (...) nós mulheres e não-brancas, fomos "faladas", definidas e classificadas por um sistema ideológico de dominação que nos infantiliza. Ao impormos um lugar inferior no interior da sua hierarquia (apoiadas nas nossas condições biológicas de sexo e raça), suprime nossa humanidade justamente porque nos nega o direito de ser sujeitos não só do nosso próprio discurso, senão da nossa própria história. E desnecessário dizer que com todas essas características, nos estamos referindo ao sistema patriarcal-racista. Consequentemente, o feminismo coerente consigo mesmo não pode dar ênfase à dimensão racial. Se assim o fizera, estaria contraditoriamente aceitando e reproduzindo a infantilização desse sistema, e isto é alienação. (GONZALEZ, 2011, p. 14)

A mídia tem um papel crucial nesses processos de depreciação e autodepreciação, reflexos do chamado racismo estrutural (ALMEIDA, 2018), no qual são construídas essas representações estereotipadas e negativas.

> Os espaços midiatizados, assim como os ambientes interacionais e de conversação, constantemente colocados sob os holofotes das pesquisas em Comunicação, são lugares emblemáticos para o debate sobre matrizes de opressão e dinâmicas discriminatórias. Reduzidos muitas vezes a depreciações de sentido e importância, relegados a uma suposta futilidade que se atribui às atividades recreativas, estes espaços estão dominados pelas mesmas estruturas simbólicas e materiais que subjugam indivíduos marginalizados e perpetuam de forma violenta suas impossibilidades sociais. É por meio destes lugares que são postas em circulação imagens e são construídos, por conseguinte, imaginários; sendo assim, é necessário lembrar que "longe de serem neutras ou simplesmente estéticas, as imagens têm sido uma das principais armas para reforçar e combater a opressão social" (BENJAMIN, 2019, p. 102-103). (CARRERA, 2020, p. 5)

Nessa dinâmica, as mulheres negras enfrentam, além do racismo, o sexismo atuando sobre seus corpos e subjetividades. E é essencial compreender, tendo como base a interseccionalidade, que:

> as experiências de vida não são fragmentadas e, consequentemente, estas pessoas não sofrem opressão ora por serem imigrantes, ora por serem racializadas, ora por serem

.

> mulheres, mas sempre em uma combinação de todas estas estruturas, formando um bloco identitário relativamente autônomo (CARRERA, 2020, p. 7-8).

Buscar meios para lutar contra essas opressões é uma demanda dos movimentos que se identificam com a designação feminismo negro, sobre a qual Sônia Beatriz dos Santos afirma que:

> (...) o desafio das mulheres negras tem sido romper com o silêncio e confrontar tais representações negativas não apenas na sociedade como um todo, mas também dentro das comunidades negras, e entre as próprias mulheres negras que, em muitos casos, em contradição com sua situação de repressão, acabam por internalizar e auto-identificar-se com tais imagens estereotipadas. A luta dessas mulheres contra essa forma de dominação que as silencia e inferioriza constitui-se também em outro tema crucial da luta pela liberdade e pelo acesso a recursos e benefícios sociais, econômicos e políticos na sociedade. (SANTOS, 2007, p. 16)

Dentre essas imagens estereotipadas do corpo negro, especialmente o feminino, estão representações que constantemente hiperssexualizam essas figuras. De acordo com hooks, essas manifestações são corriqueiras na cultura popular contemporânea, que "raramente criticam ou subvertem imagens da sexualidade da mulher negra que eram parte do aparato cultural racista do século XIX e que ainda moldam as percepções hoje." (hooks, 2019, p. 112). Fazendo coro a esse discurso, Gonzalez (2011) afirma que, como posto em um dito popular brasileiro, a nossa sociedade divide as mulheres em "branca para casar, mulata para fornicar, negra para trabalhar" (GONZALEZ, 2011, p. 19). Logo, as chamadas mulheres amefricanas, segundo a autora, têm a sua humanidade anulada e são vistas somente como corpos animalizados e hiperssexualizados.

Certamente, como já apresentado, a questão da representação não é a única nem tampouco a principal pauta do movimento de mulheres negras, mas uma das frentes que requer a construção de outras epistemologias e práticas políticas que permitam, como problematiza Rosane Borges (2012, p. 186), "implodir o sistema de representação recorrente e instaurar outra narrativa sobre o negro e a mulher negra".

1.4 - O contexto socioeconômico da mulher negra no Brasil e o papel da mídia

Para que possamos compreender quem são essas mulheres negras sobre as quais falamos neste trabalho, julgamos pertinente nesta seção analisar algumas questões socioeconômicas que constituem relações de poder que engendram e hierarquizam as mulheres negras na sociedade brasileira. Pois entendemos que, para a construção desta dissertação, se

.

torna essencial compreendermos o contexto no qual elas vivem, considerando como pilares: a raça, a classe e o gênero.

O gênero e a raça são evidenciados como diretrizes deste trabalho, já que temos como norteador a representação na mídia da mulher negra. Porém, a classe também desponta como um fator crucial para esta pesquisa, já que produtos midiáticos, como a revista *Glamour*, estão inseridos em uma dinâmica mercadológica, que refletem e representam os anseios daqueles que possuem o capital financeiro nas mãos. Neste contexto, é importante destacarmos alguns dados sobre a revista, como o valor dela em banca, R$12[9], e sobre as leitoras da publicação, que segundo o mídia kit de 2021 da revista, o mais recente, publicado[10] em inglês, é formado 83,6% por mulheres; a maior parte, 44,9%, pertencente à classe AB[11] e com idade até 34 anos, 55%. Essas informações nos ajudam a identificar quem é o público-alvo desta publicação e a refletir sobre quais são as vozes que eles querem representar, fazer ecoar ou silenciar. É importante destacar que o material não apresenta nenhum dado que faça menção à raça, quando determina as características do seu público-alvo.

Um dos pontos importantes para a compreensão dessa dinâmica e de certas nuances sociais, é analisar o mercado de trabalho. De acordo com uma pesquisa[12] realizada pela consultoria Indique Uma Preta e a empresa Box1824, apenas 8% das mulheres negras brasileiras que trabalham no mercado formal ocupam cargos de gerente, diretora ou sócia proprietária. Além disso, o estudo, que ouviu mil mulheres negras com idades entre 18 e 65 anos, de março a setembro de 2020, revela que menos da metade exerce trabalho remunerado e que 72% das entrevistadas relataram não ter sido lideradas por uma mulher negra nos últimos cinco anos.

A questão salarial também é outro fator que merece destaque e que tem papel relevante nas desigualdades sociais, especialmente as raciais e de gênero no país. Segundo levantamento[13] realizado pelo Insper, com base nos dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), entre 2016 e

---

[9] Disponível em: <https://www.assineglobo.com.br/produtos/glamour/GL/>. Acesso em: 01/06/2021.
[10] Disponíveld em: <https://www.condenast.com/brands/glamour/#Brazil>. Acesso em: 01/06/2021.
[11] Segundo classificação do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), na classe A estão aqueles que, somando os rendimentos da família ou dos que moram na mesma residência, têm renda acima de 20 salários mínimos (R$20.900); e na classe B, aqueles que têm rendimentos entre dez e 20 salários mínimos (entre R$10.450,01 e R$20.900). Disponível em: <https://economia.uol.com.br/colunas/econoweek/2020/09/25/classe-a-b-ou-c.htm>. Acesso em: 01/07/2021.
[12] Disponível em: <https://economia.ig.com.br/2020-10-28/apenas-8-das-mulheres-negras-no-brasil-ocupam-cargos-de-lideranca.html>. Acesso em: 05/04/2021.
[13] Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/concursos-e-emprego/noticia/2020/09/15/na-mesma-profissao-homem-branco-chega-a-ganhar-mais-que-o-dobro-da-mulher-negra-diz-estudo.ghtml>. Acesso em: 08/04/2021.

.

2018, o salário médio de uma mulher negra com diploma universitário de instituição pública é de R$3.047,51. Enquanto, no topo da remuneração, os homens brancos, também formados em universidades públicas, têm salário médio de R$7.891,78. A pesquisa considerou raça e gênero no país, a partir de cinco profissões: engenheiros e arquitetos, médicos, professores, administradores e cientistas sociais. Em todas, as mulheres negras recebem menos do que homens, tanto brancos como negros, e do que mulheres brancas.

Considerando a violência como uma questão estrutural no país, também é crucial compreendermos quais corpos são mais atingidos e como são. Dados do Atlas da Violência 2020[14] revelam que, em 2018, 68% das mulheres assassinadas no Brasil eram negras. O fator da desigualdade racial fica ainda mais evidente quando analisamos que neste estudo, elaborado pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) e Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP), no período entre 2008 e 2018, o homicídio de mulheres negras aumentou 12,4%, enquanto o de mulheres brancas caiu 11,7%.

A representação política é outra lacuna enfrentada pelas mulheres negras que, apesar de representarem 27,8% da população brasileira, o número de eleitas em eleições municipais, em 2016, tanto para vereadoras quanto para prefeitas, não chegou a 5%, segundo dados divulgados pelo Movimento Mulheres Negras[15]. Considerando a quantidade de candidatas e de eleitas, elas ficaram atrás de homens brancos, homens negros e de mulheres brancas nos dois cargos. Nas eleições de 2020, no total de vereadores, apenas 6,3% são mulheres negras.

A violência contra as políticas negras é outra problemática a ser confrontada por aquelas que resolvem enfrentar essa batalha. Uma pesquisa[16] do Instituto Marielle Franco, feita com esse segmento e divulgada em dezembro de 2020, entrevistou 142 mulheres negras de 21 estados em todas as regiões do Brasil e de 16 partidos. Do total, 80% das candidatas negras sofreram violência virtual, 60% sofreram violência moral ou psicológica e 50% sofreram violência institucional. Das entrevistadas, 18% receberam comentários e/ou mensagens racistas ou sexistas em suas redes sociais, por e-mail ou aplicativos de mensagens e 8% foram vítimas de ataques com conteúdo racista durante transmissões virtuais. O cenário se torna ainda mais preocupante diante da sensação de impunidade que sentem aquelas que resolvem delatar esse tipo de ataque, já que, dentre as entrevistadas que realizaram algum tipo de denúncia, 70%

[14] Disponível em: <uol.com.br/universa/noticias/redacao/2020/08/27/68-das-mulheres-assassinadas-no-brasil-sao-negras-diz-ipea.htm >. Acesso em: 05/04/2021.
[15] Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/eleicoes-2020/noticia/2020-10/negras-sao-28-dos-brasileiros-mas-tem-baixa-participacao-politica>. Acesso em: 05/04/2021.
[16] Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/comissoes/comissoes-permanentes/clp/noticias/violencia-politica-contra-mulheres-negras-sintoma-de-uma-sociedade-machista-e-racista>. Acesso em: 05/05/2021.

.

afirmaram que a atitude não ajudou no esclarecimento do caso e nem trouxe mais segurança para o exercício da atividade político-partidária.

Ainda nesse sentido, de acordo com um estudo[17] do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (Pnud) e da Entidade das Nações Unidas para a Igualdade de Gênero e o Empoderamento das Mulheres (ONU Mulheres), o Brasil está entre os países da América Latina que mais apresentam obstáculos para os direitos políticos das mulheres e a paridade política entre homens e mulheres. O país ocupa o nono lugar em um *ranking* com 11 países.

Todos esses dados nos ajudam a compreender um cenário no qual as mulheres negras ainda se encontram socialmente subalternizadas, nas mais diversas esferas. Porém, se mantêm e se fortalecem cada vez mais em uma constante luta por ocupar os espaços de poder que lhes são historicamente negados. Não cabe aqui, entretanto, a romantização dessas resistências, já que elas são fruto de uma intensa e, muitas vezes, violenta peleja, e nesta dinâmica hostil uma das instâncias opressoras é a mídia. Esses movimentos, entretanto, vêm garantindo a duras penas uma presença mais acentuada, ainda que insatisfatória, desses corpos socialmente rejeitados. E este trabalho busca, dentre outros pontos, refletir sobre esse cenário atual, e tentar entender como as lutas das mulheres negras por direitos, visibilidade, representatividade, dentre tantas outras demandas, implicam (ou não) em uma representação simbólica positivada na mídia e promovem mais diversidade, especialmente na publicação analisada, a revista *Glamour*.

Após as reflexões e dados destacados nesta seção, propomos a seguir apresentar o caminho teórico-metodológico que julgamos ser o mais pertinente para este trabalho, a Análise do discurso dos enunciados e das imagens.

[17] Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/eleicoes-2020/noticia/2020-10/negras-sao-28-dos-brasileiros-mas-tem-baixa-participacao-politica>. Acesso em: 05/04/2021.

.

2- Análise do discurso e da imagem: um percurso teórico-metodológico

Conforme indicado, o conceito de discurso, tomado como prática discursiva (Maingueneau, 2008), isto é, a produção simultânea de textos e de uma comunidade que dá sustentação a esses textos, torna-se central para o desenvolvimento deste trabalho. Ao enunciar de um determinado modo, a revista *Glamour* produz uma comunidade discursiva que, por sua vez, dá sentido aos textos que são colocados em circulação. Buscamos, então, explicitar nesta seção como tal compreensão de linguagem contribui para seleção e a análise do córpus proposto e para as reflexões sobre os resultados que daí decorrem. Sendo crucial, para isto, levarmos em consideração o contexto no qual a publicação está inserida, isto é, um produto midiático editado por uma empresa que faz parte do Grupo Globo, o maior conglomerado de mídia e comunicação do Brasil e da América Latina. É importante, então, que a análise não perca de vista que estamos tratando de veículo que visa a atender às demandas de uma lógica capitalista e neoliberal, e que têm interesses sociais e econômicos que influenciam determinadas decisões e mudanças editoriais.

Primeiramente, é preciso explicitar que tal noção de discurso[18] se assenta numa compreensão da linguagem como forma de produção de subjetividades. Assim, produzir discursos, é produzir modos de ser e habitar o mundo. E as representações de mulheres negras ou a falta delas em capas da revista *Glamour* pode dizer sobre que mundo é esse que se constrói e que lugar as mulheres negras ocupam nele, bem como que mulheres negras são essas construídas e como tais construções produzem subjetividades que afetam as leitoras, produzindo ou reproduzindo formas de racismo, sexismo e preconceitos de classe ou, por outro lado, criando identidades positivadas e empoderadas. É essencial também compreendermos o caráter institucional da publicação e qual lugar enunciativo ela ocupa na sociedade. Já que, como parte de um grande grupo de comunicação, segue determinadas lógicas, guiadas por demandas mercadológicas que implicam em um certo modo de enunciar relativo a uma formação discursiva que regula o que pode ou não ser dito ou mostrado e como.

Outro conceito central relacionado à noção de discurso com a qual operamos é o de interdiscurso. Maingueneau (2008), a partir da filosofia da linguagem de Bakhtin (2000), aclara que o discurso se constrói numa relação dialógica inextricável com o Outro discurso, com uma

[18] Maingueneau (2013, p. 58), diante da multiplicidade de sentidos do termo, explica que a noção de discurso constitui "o sintoma de uma modificação em nossa maneira de conceber a linguagem" que está relacionada com uma perspectiva epistemológica pragmática, onde a linguagem deixa de ser vista apenas do ponto de vista linguístico, e passa a ser entendida como uma forma de ação que envolve sujeitos, normas sociais e contextos.

.

alteridade que lhe é externa, porém constitutiva. Ao localizarmos os discursos da revista sobre mulheres negras, há de se compreender que não são os primeiros a dizer o que dizem, e que tais discursos dialogam com outros já ditos, procedentes de outros enunciadores, tempos e espaços.

Para este trabalho também é essencial compreendermos os gêneros do discurso que, segundo Maingueneau, são "dispositivos de comunicação sócio-historicamente definidos" (MAINGUENEAU, 1998, p. 73). Rocha analisa que estes são bastante diversificados e incluem "desde os de maior estabilidade (por exemplo, a prece, a receita de cozinha) aos mais fugazes (a publicidade, o telejornal, etc.)" (ROCHA, 2013, n.p.). E, para caracterizá-los, precisamos levar em consideração fatores, como: "(i) o status dos coenunciadores; (ii) o tempo e o espaço de enunciação; (iii) o suporte e os modos de circulação; (iv) os temas presentes, o modo de organização e o modo de coesão dos textos, etc." (ROCHA, 2013, n.p.). Ainda nesse sentido, Almeida, Souza e Giorgi analisam que:

> Diante do cotejo entre as propostas de Bakhtin e Maingueneau, chegamos à compreensão de que os gêneros de discurso, em todas as suas dimensões (composicional, temática e de estilo), têm suas estabilidades fundadas nas relações sociais de uma dada esfera de atividade humana. Essas dimensões, por se constituírem de modo relativamente estável, estão suscetíveis a especificidades das enunciações em que se manifestam, trazendo em sua origem as marcas de uma relação interdiscursiva. (ALMEIDA; SOUZA, GIORGI, 2020, p. 418)

E, considerando que nesta dissertação, tratamos diretamente sobre o gênero capa de revista, compreender quais são as marcas interdiscursivas que constituem esse gênero do discurso é essencial para o desenvolvimento do trabalho. Almeida, Souza e Giorgi afirmam que:

> De modo mais concreto, por exemplo, o gênero capa de revista (cuja estabilidade nos traz à mente quase instantaneamente certo modo de organização do enunciado) possui marcas, em sua estrutura composicional, em seu estilo de linguagem e em sua temática, que dão pistas das relações interdiscursivas nas quais tal enunciado estabelece para si as especificidades de seu posicionamento dentro de uma dada formação discursiva. (ALMEIDA; SOUZA, GIORGI, 2020, p. 418)

Esta estabilidade discursiva, dentro do gênero capa de revista, também se estende às imagens presentes neste espaço de enunciação. Podemos, então, considerar em uma análise as escolhas estéticas, composicionais e comunicativas. Nesse sentido, J. J. Courtine sublinha o caráter discursivo da iconicidade e em analogia à interdiscursividade, e cunha o termo intericonicidade, para argumentar que "toda imagem se inscreve em uma cultura visual, e esta cultura supõe a existência junto ao indivíduo de uma memória visual, de uma memória das imagens, onde toda imagem tem um eco" (COURTINE, 2013, p. 43). O autor explica ainda

.

que o conceito é complexo, uma vez que parte do princípio de que as imagens podem estar em relação tanto com imagens externas, produzidas em outros contextos, quanto internas, como imagens da lembrança, da rememorização, das impressões visuais dos indivíduos. Para ele, "Não existe imagem que não nos faça ressurgir outras imagens, tenham elas sido outrora vistas ou simplesmente imaginadas" (COURTINE, 2013, p. 43).

No estudo do gênero capa de revista, a partir desses dois conceitos, interdiscurso e intericonicidade, propomos uma análise que busca identificar os discursos que atravessam essas capas construindo sentidos e representações que dialogam ou não com demandas dos movimentos feministas negros, que convergem com a construção de imagens positivadas da mulher negra. E para analisar tais discursos partimos da identificação de pistas linguísticas e visuais que marcam essa heterogeneidade enunciativa no interior do que Maingueneau (2008) chama prática intersemiótica.

Ao propor uma análise do discurso intersemiótico, para além da ideia compartilhada de que "os diversos suportes semióticos não são independentes uns dos outros", o linguista francês afirma que "o pertencimento a uma mesma prática discursiva de objetos derivados de domínios semióticos diferentes exprime-se em termos de conformidade a um mesmo sistema de restrições semânticas" (MAINGUENEAU, 2008, p. 138). Nesse sentido, podemos dizer que os recursos verbais e não-verbais presentes na capa da revista *Glamour* partem de diferentes suportes, porém, sofrem as mesmas coerções no que diz respeito aos discursos que atravessam socialmente a revista a partir de uma certa visão sobre raça, gênero e, até mesmo, classe.

Maingueneau (2008) busca contrapor-se a análises intuitivas de tipo impressionista e a abordagens insulares que visam isolar cada domínio em seu fechamento, e propõe fazer um desvio pela abstração confrontando globalmente termos postos em relação (enunciados e imagens) para poder definir unidades de análise mais amplas. Como imagem e enunciados compõem um todo enunciativo na capa de revista, com sua finalidade, estatuto de interlocutores legítimos e organização textual típica, essa pode ser entendida como um gênero de discurso (BAKHTIN, 2000; MAINGUENEAU, 2013), categoria analítica que possibilita para além de classificar o texto, identificar seu modo de funcionamento discursivo. Outra característica relevante dos gêneros é seu mídium, seu suporte material e modo de difusão. Atualmente, o gênero capa de revista circula tanto em sua versão impressa quanto digital, o que amplia significativamente o público a que tem acesso, mesmo que não se trate de leitores habituais da revista.

Como encaminhamento teórico-metodológico, a escolha da capa da revista *Glamour* como um espaço discursivo de análise, considerou: a) o papel que tal revista desempenha

.

midiaticamente diante de seu público: mulheres brasileiras de uma determinada faixa etária e classe social; e b) o fato de o gênero capa de revista ter ampla circulação e funcionar como uma "publicidade" que valoriza tanto o conteúdo da revista quanto dita modelos de beleza e comportamento social.

No tópico seguinte buscamos, então, compreender a publicação conectando-a aos conceitos de representação e linguagem, buscando entender o papel da mídia nessa construção discursiva dos seres sociais. Além disso, consideramos importante trazer brevemente a trajetória das revistas femininas no país.

2.1 - A revista feminina no Brasil e a *Glamour*: linguagem, mídia e representação

"As Variedades ou Ensaios Literários" é o título da que é considerada a primeira revista nacional. A publicação chegou ao país em 1812 e, quinze anos depois, em 1827 foi editada a "Espelho Diamantino", primeira revista brasileira voltada ao público feminino. Neste mesmo ano nasceu a pioneira lei de instrução pública, que estendia às meninas o direito à alfabetização. A partir do século XIX, alguns outros títulos voltados ao público feminino surgiram, mas apenas na década de 1950 a mulher começa a ser identificada, de fato, como "mercado consumidor" (SCALZO, 2003, p. 34).

Desde então, o aumento dos títulos que têm a mulher como foco é nítido, basta uma ida a qualquer banca de jornal e é possível notar a presença de uma quantidade significativa de revistas femininas. Com o crescimento destes títulos, o poder destes sobre a sociedade também segue o mesmo caminho. Dulcilia Buitoni ressalta que:

> [...] o discurso da imprensa feminina é fundamentalmente de sugestões normativas, de receituário para todo tipo de ação humana. Em termos linguísticos, o uso da função conativa – lembremos Jakobson – com seus imperativos e vocativos, transforma as frases em chamamentos ou ordens, induzindo à aceitação e quase nunca à contestação (BUITONI, 2014, p. 42).

Em uma sociedade estruturalmente sexista, as revistas voltadas ao público feminino assumem um papel de relegar as mulheres a um lugar de conformidade e inércia. A linguagem intervém, assim, de modo a reafirmar estruturas de poder, que subalternizam as mulheres, vividas e sentidas além desses espaços midiáticos, mas que neles encontram eco e um local onde esses discursos são potencializados. Ainda nesse sentido, Buitoni destaca o papel destas publicações, ao longo da história, com a função de reforçar padrões de beleza, que jogam luz a

.

determinados corpos (brancos, magros, cis, sem deficiência), em detrimento de outros (negros, gordos, trans, com deficiência).

> No século XX, o crescente uso da imagem fotográfica nas revistas, femininas ou não, foi uma escalada em direção a uma universalização de estereótipos visuais. À influência europeia acrescentaram-se olhares norte-americanos principalmente por causa da expansão do cinema (BUITONI, 2014, p. 40).

Dentro desta estereotipagem eurocêntrica e fortemente influenciada por padrões estadunidenses, o papel da mídia nacional na formulação de quem é esta mulher brasileira pode ser distorcido. Apesar da miscigenação indiscutível do Brasil, o racismo estrutural salta aos olhos em uma análise pouco aprofundada da grande maioria dos espaços midiáticos, nos quais o embranquecimento é regra. Dessa forma, as mulheres negras são atravessadas constantemente pela ausência ou por uma presença marcada pela subalternidade, longe do protagonismo ou de posições hierarquicamente superiores. Sobre como a identidade é afetada por essas representações negativas, inclusive nos espaços midiáticos, sobre o qual tratamos neste trabalho, Hall afirma que:

> Uma vez que a identidade muda de acordo com a forma como o sujeito é interpelado ou representado, a identificação não é automática, mas pode ser ganhada ou perdida. Ela tornou-se politizada. Esse processo é, às vezes, descrito como constituindo uma mudança de uma política de identidade (de classe) para uma política de diferença (HALL, 2006, p. 21)

Ainda nesse sentido, em contraponto à "política de identidade", Mignolo apresenta o conceito de "identidade em política" (MIGNOLO, 2008). De acordo com o autor, essa ideia:

> (...) é crucial para a opção descolonial, uma vez que, sem a construção de teorias políticas e a organização de ações políticas fundamentadas em identidades que foram alocadas (por exemplo, não havia índios nos continentes americanos até a chegada dos espanhóis; e não havia negros até o começo do comércio massivo de escravos no Atlântico) por discursos imperiais (nas seis línguas da modernidade européia – inglês, francês e alemão após o Iluminismo; e italiano, espanhol e português durante o Renascimento), pode não ser possível desnaturalizar a construção racial e imperial da identidade no mundo moderno em uma economia capitalista. (MIGNOLO, 2008, p. 289).

Mignolo defende, então, que todas as outras formas de pensar, "ou seja, que interferem com a organização do conhecimento e da compreensão", e de agir politicamente, que não são formas descoloniais, "significam permanecer na razão imperial; ou seja, dentro da política imperial de identidades" (MIGNOLO, 2008, p. 290). E a construção de novas identidades, a partir de uma perspectiva descolonial, tem como pilar importante representações positivadas,

.

inclusive as midiáticas, desses corpos subalternizados. Entretanto, bell hooks entende que "mesmo aqueles que estão, com razão, empenhados na luta pela libertação dos negros, que sentem ter descolonizado suas mentes, com frequência acham difícil 'falar' da nossa experiência" (hooks, 2019, p. 29). Analisando o contexto social estadunidense que, todavia, faz bastante sentido também quando falamos sobre a sociedade brasileira, a autora entende que há por trás dessa dificuldade de falar de si uma socialização que ocorre "no interior de sistemas educacionais supremacistas brancos" e de "uma mídia de massa racista", que convencem muitas pessoas negras que suas "vidas não são complexas e, portanto, não são dignas de reflexões e análises críticas sofisticadas" (hooks, 2019, p. 28 - 29). Considerando, então, que a revista *Glamour* faz parte dessa dinâmica midiática, buscamos neste trabalho analisá-la e, por isso, vamos apresentar na próxima seção informações que julgamos pertinentes sobre esta publicação.

2.1.1 - Revista *Glamour* sob a luz da raça e do gênero

A revista foi lançada em 1939, nos Estados Unidos, sendo publicada pela *Condé Nast Publications*, e intitulada inicialmente *Glamour of Hollywood*. O título está presente atualmente em 17 países, incluindo o Brasil, onde chegou em abril de 2012, editada e publicada pela Editora Globo, trazendo em suas capas mulheres midiaticamente em evidência. Lançada mensalmente, a revista tem seus conteúdos voltados para beleza, moda, celebridades e estilo de vida, temáticas que constituem modelos de construção de um consumo simbólico daquilo que é valorizado e tornado desejável em termos estéticos e sociais a partir de padrões de consumo que se ligam à classe social, raça e gênero. Cabe, então, pensarmos que a publicação em si conversa intimamente com questões de classe, já que faz parte de uma empresa inserida em um contexto econômico neoliberal. É importante compreendermos que a lógica liberal "sempre se afirmou como uma filosofia da universalidade" que, apesar de ser um discurso que "apela a valores universais e à humanidade comum de todas as pessoas, serve, com frequência, para neutralizar a compreensão do impacto que as desigualdades concretas têm sobre a possibilidade de agência autônoma dos diferentes indivíduos" (BIROLI; MIGUEL, 2014, p. 64). Para, então, compreendermos e lutarmos contra as desigualdades que esse sistema busca neutralizar, torna-se crucial analisar, questionar e refletir sobre questões relacionadas à diversidade, em um produto midiático totalmente inserido nesta dinâmica, como é a revista *Glamour*.

.

Nesse sentido, considerando especialmente as questões de raça e de gênero, apresentamos um levantamento quantitativo da presença de mulheres negras nas capas da revista, no período estudado. Considerando, entretanto, a complexa tarefa de determinar quem é ou não negro(a) no Brasil, usamos como critério a identificação feita pela pesquisadora com base no reconhecimento visual de características fenotípicas, reconhecidas socialmente como traços da população negra. Porém, nos casos em que poderia haver dificuldade de identificação, adotamos também como critério a auto-identificação, tendo como base informações selecionadas a partir de pesquisas em textos midiáticos diversos. De abril de 2012 a dezembro de 2020, foram publicadas 113 capas da revista *Glamour*, em alguns meses houve mais de uma versão de capa, com diferentes pessoas. Nesse período, estiveram presentes, no total, 20 mulheres negras, enquanto as brancas, totalizaram 114. O único ano no qual a presença de mulheres negras foi superior ao de brancas ou não negras foi em 2020 (5 mulheres negras / 4 mulheres brancas). Nos anos de 2014 e 2013 nenhuma mulher negra foi capa da revista analisada.

Quadro 1: Total de modelos negras e não negras que protagonizaram as capas da *Glamour* entre 2012 e 2020

Ano	**Modelos autodeclaradas negras**	**Modelos brancas***
2012	2	7
2013	0	16
2014	0	14
2015	2	13
2016	1	15
2017	1	18
2018	3	13
2019	6	14
2020	5	4

.

Total	20	114

Fonte: elaborado pela autora com base no levantamento feito nas capas publicadas
*Em 3 ocasiões diferentes, a apresentadora Sabrina Sato estrela a capa da revista Glamour. Ela, neta de japoneses, carrega em seu fenótipo traços que a identificam como asiática ou amarela (cf. IBGE). Pessoas amarelas são também racializadas na sociedade brasileira. Porém, por outro lado, não sendo negras, vivenciam em algum nível certos privilégios oriundos da branquitude. Entretanto, o assunto é bastante complexo e mereceria uma pesquisa própria para destrinchá-lo.

Considerando a reduzida presença de mulheres negras nas capas analisadas, em comparação com a presença de negros na sociedade brasileira – que representam 55,4% da população, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), dados de 2017 –, os resultados numéricos deste trabalho apontam para a construção e manutenção de uma representação da mulher negra como não protagonista de padrões de beleza e comportamentos a serem difundidos. Também é possível identificar que as poucas modelos negras escolhidas, em geral, têm a pele clara e traços fenotípicos mais próximos de um padrão de beleza branco e eurocêntrico. Em contraponto, nessa análise preliminar das capas em questão, nota-se uma presença marcante de modelos brancas, especialmente com os cabelos e olhos claros, em detrimento de mulheres negras. Esse cenário vai ao encontro da afirmação da filósofa e ativista Sueli Carneiro, de que "mulheres negras fazem parte de um contingente de mulheres que não são rainhas de nada, que são retratadas como antimusas da sociedade brasileira, porque o modelo estético de mulher é a mulher branca" (CARNEIRO, 2011).

Apesar desses resultados preliminares em relação às capas da *Glamour*, no mídia kit de 2019 é perceptível o objetivo que a revista tem em transmitir uma linha editorial alinhada com os debates sociais dos últimos anos, especialmente no que se refere às chamadas questões identitárias. O enunciado "A forma de consumir informação mudou e nós fomos juntos, inovando e mantendo a missão de ser um chacoalhão de atitude no mercado" (Mídia Kit Glamour 2019) resume o objetivo da publicação em escancarar a sua suposta "revolução". A imagem da capa do produto (figura 1) já parece carregar essa missão, uma mulher negra retinta com cabelos volumosos e com uma maquiagem luminosa e radiante. Nas outras páginas do mídia kit, mais imagens de mulheres negras, além de mulheres gordas, com deficiência etc.

.



Figura 1 Capa do Mídia Kit Glamour 2019, com a cantora Iza (Fonte: revista Glamour)

A tentativa de construir nas imagens certos sentidos fazendo-as coincidir com aqueles produzidos nos enunciados exaltados no material é nítida, no qual palavras como: "diversidade", "representatividade", "engajada", "empoderada", "LGBTQ+", dentre outras, alimentam o material que parece ser um tratado da mudança de alinhamento da revista. A questão racial é um dos pontos de maior destaque no produto, inclusive, é frisado que a publicação conta com a "presença poderosa da colunista Luiza Brasil, que traz reflexões pertinentes e relevantes sobre ser mulher e negra no Brasil" (Mídia Kit Glamour 2019). É importante destacar que Brasil é uma influenciadora digital negra que trata constantemente de assuntos relacionados às questões raciais, feminismo etc.

Entretanto, podemos afirmar que entre 2012 e 2020, período no qual analisamos as capas da *Glamour*, estas apresentam pouca diversidade, especialmente racial, palavra tão em voga no mídia kit de 2019. Porém, uma mudança significativa pode ser notada nas capas da revista do último ano analisando (2020), quando pela primeira vez o número de mulheres negras supera o de brancas. De certa forma, vemos a transformação dos mídia kits transparecer nas capas, o que evidencia a importância mercadológica deste processo. Transformação esta evidente ao nos debruçarmos, por exemplo, no material de 2017 (figura 2). Ao contrário do destacado no de 2019, no qual o discurso de que há na revista uma "beleza democrática, inclusiva e plural para que a leitora sempre encontre identificação"; no mais antigo não vemos em suas páginas nenhuma mulher negra. Neste contexto, considerando o poder da linguagem

.

(verbal e não-verbal) de manter ou inventar realidades, é preciso destacar que no material de 16 páginas, com imagens nítidas de 22 mulheres, todas são brancas, e em sua maioria loiras. Podemos, assim, dizer que essas imagens vão ao encontro de uma compreensão da sociedade de consumo, construída pela mídia, a partir da exclusão de corpos negros.



Figura 2 Capa do Mídia Kit Glamour 2017 (Fonte: revista Glamour)

Já o mídia kit de 2018 (figura 3) pode ser lido, neste contexto, como um material de transição entre os anteriormente citados. Enquanto a mensagem da diretora de redação exalta que há na publicação uma comunicação "com leitores conscientes, que querem saber mais do que a próxima tendência, que querem ser ouvidos, incluídos, que se interessam por beleza, mas também querem salvar o planeta"; vemos na página seguinte o "Glamour team", isto é, fotos da equipe de gestoras da revista, na qual há oito mulheres, todas brancas. Apesar da liderança integralmente branca, há ali palavras como "diversidade", "girl power" e "identidade", como vemos no mídia kit de 2019. E, ao contrário do visto no material de 2017, as páginas trazem mulheres negras, mas em número substancialmente inferior: das 79 imagens femininas nítidas, 66 são de mulheres brancas e 12, de negras.

.



Figura 3 Imagens do Mídia Kit Glamour 2018 (Fonte: revista Glamour)

2.2 - Espetacularização midiática dos corpos marginalizados

Considerando o contexto apresentado de construção discursiva da imagem da mulher negra na mídia, Rosane Borges defende que há uma representação que constitui variações de duas categorias de um discurso que se repete continuamente: a da trabalhadora subalternizada e a daquela que propicia prazer corporal. Nas palavras da autora,

> O quadro comum de referências da 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'). (BORGES, 2012, p. 186-188)

Essas construções têm um papel crucial na edificação de nossas identidades, considerando que elas são "pontos de apego temporário às posições-de-sujeito que as práticas discursivas constroem para nós (Hall, 1995)." (HALL, 2000, p. 112). Segundo Hall, ainda, a identidade é "resultado de uma bem-sucedida articulação ou 'fixação' do sujeito ao fluxo do discurso". (HALL, 2000, p. 112).

> (...) são as posições que o sujeito é obrigado a assumir, embora "sabendo" (...), sempre, que elas são representações, que a representação é sempre construída ao longo de uma "falta", ao longo de uma divisão, a partir do lugar que do Outro e que, assim, elas não podem, nunca, ser ajustadas – idênticas – aos processos de sujeito que são nelas investidos. (HALL, 2000, p. 112)

Vale ressaltar que a subalternização social deste grupo evidentemente se reflete nas escolhas da mídia sobre quais corpos protagonizam, ou não, e como eles são representados

.

nestes espaços de poder. E as mudanças sociais dos últimos anos, e consequente demanda por representatividade das chamadas minorias sociais, vêm transformando aos poucos a dinâmica editorial de produtos midiáticos, como a *revista Glamour*. A presença destas pessoas é cada vez mais mandatória, como podemos notar sutilmente em 2019 e especialmente no ano de 2020 da publicação em questão, último analisado nesta pesquisa.

A demanda pela inclusão de grupos historicamente subalternizados vem, então, sendo incorporada aos discursos midiáticos. E este fator, tão importante para o avanço de pautas como a racial, a LGBTQIA+, a de pessoas com deficiência etc, precisa ser analisado com todo cuidado. Até que ponto a questão mercadológica impacta nesta dinâmica e como esta temática vem sendo tratada? A diversidade, nos dias de hoje, virou uma *commodity*? Esses avanços impactam, de fato, na forma como existimos socialmente e como somos representados e vistos nestes espaços?

Neste sentido, Hall teoriza a respeito de como a mídia e os sistemas de comunicação, e consequentemente o mercado, vêm se tornando cada vez mais mediadores das relações sociais e criando um senso ilusório de que nossas identidades podem ser moldadas livremente.

> Somos confrontados por uma gama de diferentes identidades (cada qual nos fazendo apelos, ou melhor, fazendo apelos a diferentes partes de nós), dentre as quais parece possível fazer uma escolha. Foi a difusão do consumismo, seja como realidade, seja como sonho, que contribuiu para esse efeito de "supermercado cultural". No interior do discurso do consumismo global, as diferenças e as distinções culturais, que até então definiam a *identidade*, ficam reduzidas a uma espécie de *língua franca* internacional ou de moeda global, em termos das quais todas as tradições específicas e todas as diferentes identidades podem ser traduzidas. Este fenômeno é conhecido como "homogeneização cultural". (HALL, 2006, p. 75-76)

Considerando o conceito de Guy Debord (2003) de “sociedade do espetáculo”, a partir do entendimento de que “espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens” (DEBORD, 2003, p. 14), é necessário apreender o cenário social no qual estão inscritas as mulheres negras e questionar como essa tradução se dá no contexto da mídia. Visto que, na sociedade em geral, os corpos femininos negros ainda são violentados e subalternizados nas mais diferentes isntâncias.

Por isso, se faz necessária a reflexão sobre se a presença crescente de mulheres negras nas capas da revista *Glamour*, de fato, significa que a beleza e a estética das mulheres negras vêm sendo realmente vistas como modelo de consumo econômico e simbólico ou seria apenas uma manipulação midiática visando a geração de riqueza em uma conjuntura social na qual a diversidade vem sendo tratada como *commodity*. A representatividade na mídia pode ser entendida necessariamente como algo positivo e que favorece socialmente esses corpos

.

marginalizados? No próximo capítulo, buscaremos, então, debater justamente este ponto, não trazendo respostas fechadas, mas propondo discussões a respeito desta problemática, a partir das análises discursivas das capas da revista *Glamour*, com foco nos enunciados e nas imagens das mulheres negras ali representadas.

.

3- A presença negra na revista *Glamour*: uma análise discursiva intersemiótica

Nesta sessão, passamos, então, objetivamente às análises das dimensões interdiscursivas e intericônicas de nosso córpus. Tratamos aqui sobre as representações das mulheres negras nas capas da revista *Glamour*, no período proposto de abril de 2012 até dezembro de 2020. Iniciamos as análises pelas capas estreladas pela atriz Taís Araújo, já que, além de ter sido a primeira famosa negra a estampar a publicação, em julho de 2012, foi também a mulher negra que mais vezes esteve presente nesse espaço de poder discursivo, em três ocasiões diferentes (2012; 2016, ano no qual ela foi a única negra presente em uma capa da *Glamour*; e 2018). Além destas, mantendo sempre o critério da presença de mulheres negras na capa, analisamos um exemplar por ano, além dos três já contemplados com a atriz Taís Araújo. Vale destacar que nos anos de 2013 e 2014 não houve a presença de nenhuma mulher negra na capa da revista *Glamour* e, por isso, não foram apreciados. Em 2017, a capa analisada será a de abril, com a influenciadora digital Rayza Nicácio, pois ela foi a única mulher negra presente nas edições da publicação deste ano. Nos outros anos, o critério de escolha foi a busca por contemplar diferentes vieses de padrão da publicação, que explicamos mais detalhadamente nas análises em si. As capas, então, foram aquelas com as seguintes celebridades negras: a atriz Camila Pitanga (2015), a cantora Iza (2019) e as cantoras Luedji Luna e Majur, que dividiram espaço na mesma edição (2020).

A partir do estudo do gênero capa de revista, com base nos conceitos de interdiscurso e de intericonicidade, buscaremos identificar os discursos que atravessam essas capas. Com o objetivo de entender quais são os sentidos e representações construídos e se dialogam com demandas dos movimentos feministas negros por imagens positivadas da mulher negra.

3.1 - Taís Araújo: a negra única e o peso da representatividade

A presença recorrente da atriz Taís Araújo não se restringe às capas da revista *Glamour*, a artista vem ganhando destaque em diversas outras publicações, além de programas de TV, novelas, propagandas, redes sociais etc. A sua voz ecoa de maneira eloquente também em debates que tratam de questões raciais e de gênero, e ela cada vez ganha mais relevância e notoriedade artística e social. Apesar de ser positivo vermos uma atriz negra ganhando tamanho

.

destaque, é necessário refletirmos sobre alguns aspectos. Como, por exemplo, no fenômeno conhecido como “o Negro Único”:

> Uma pessoa sozinha representa pouco e mal um determinado grupo. Sobre ela, como única, recaem todas as expectativas de representação. Como é a única, a pessoa negra que aparece em meio a várias pessoas brancas, termina por ser A atriz, A apresentadora, A deputada, A autora, A professora negra, que passa a estar naquele lugar como representante de todas as pessoas negras. (BERNARDES; CORRÊA, 2019, p. 209).

A própria Taís Araújo, em uma entrevista para o site Meio & Mensagem, no final de 2019, questionada sobre a sua presença recorrente na mídia, ao ser anunciada como a primeira mulher negra a fazer uma campanha de whisky, falou sobre o incômodo de não ver mais mulheres negras ocupando esses espaços de poder.

> Eu não tenho o menor problema em ocupar o lugar de ser a primeira, desde que não seja a primeira e única. Se eu for a primeira e única, não tem avanço. Avança se eu for a primeira e, depois, se várias outras seguirem e isso se tornar uma constante na propaganda, na televisão, na dramaturgia… Enfim, se esse portão for aberto e mais profissionais parecidas comigo, com as minhas características físicas, comecem a trabalhar com personagens e produtos de qualidade, aí sim podemos dizer que tem sim uma mudança significativa na sociedade. (ARAÚJO, 2019)

Alguns questionamentos são suscitados a partir destas reflexões, como: por que a Taís Araújo ocupa esse papel de “negra única”? Não estamos, de forma alguma, pondo em xeque o talento da atriz. Porém, queremos pensar sobre o que ela ou a atriz Camila Pitanga, outra escolha reiterada da mídia em geral e da revista *Glamour*, esteve presente em duas capas no período aqui analisado, têm em comum? O que as mulheres negras que alcançam a fama ou são até mesmo alçadas à musas têm em comum? Acreditamos ser relevante pensar sobre um padrão descrito por Nogueira, no qual ele afirma que “a intensidade do preconceito varia em proporção direta aos traços negróides" (NOGUEIRA, 2006, p. 296), considerando que tanto Taís Araújo quanto Camila Pitanga não são negras retintas e têm traços fenotípicos que as aproximam de uma beleza eurocêntrica. Podemos também pensar nesse contexto no conceito de colorismo, entendendo que há uma hierarquização das pessoas negras de acordo com o seu fenótipo, que assume uma função de diferenciação racial e social.

Além do fator racial, é essencial pensarmos que os padrões impostos por uma sociedade patriarcal atingem também as mulheres negras, por isso a importância de mantermos um pensamento interseccional neste trabalho. É notável que as mulheres eleitas para as capas da revista *Glamour*, sejam elas brancas ou negras, são, quase em sua plenitude magras, cisgêneros e se encaixam em grande parte dos padrões de beleza impostos às mulheres pela sociedade. Além disso, é preciso questionar, considerando se tratar de uma publicação de grande

.

relevância mercadológica, o porquê de algumas vozes serem ouvidas e a quais interesses elas atendem. Abaixo, podemos ver a primeira capa com uma mulher negra da revista *Glamour*, como já anunciado, com a atriz Taís Araújo, na edição de julho de 2012.



Figura 4 Primeira capa com uma mulher negra na revista Glamour, em julho de 2012, com Taís Araújo (Fonte: revista Glamour)

O primeiro ponto a ser destacado discursivamente, é o enunciado da chamada relativa à atriz: "Taís Araújo por Lázaro Ramos: 'Ela é minha esposa, minha amiga, minha musa' (ownnn...)". A artista neste texto não tem voz, ela é falada por meio do olhar de um enunciador masculino, seu marido, e em relação às outras edições do mesmo ano é a única apresentada ao público desta forma. Como destaca Patricia Hill Collins, "todos falam em nome das mulheres negras, dificultando que falemos por nós mesmas" (COLLINS, 2019, p. 218). Além disso, a repetição do pronome possessivo "minha" constrói a identidade da atriz relacionada não ao que ela construiu em sua trajetória, mas pautada em um vínculo de posse centrado na figura masculina. Sobre outras chamadas desta publicação, é possível notar que o sexo é um tema recorrente nos enunciados ("O melhor sexo da vida" e "Segredos de um guarda-roupa quente"), indo ao encontro da imagem construída na fotografia, pelo posicionamento físico (corpo

.

levemente inclinado para frente, o que ressalta as curvas da modelo) e o figurino (uma lingerie sensual com estampa *animal print* de "oncinha" e um grande colar com corações vermelhos) escolhidos para a atriz. Na composição da capa, o contraste entre as cores vermelho e preto sobre o fundo branco também reitera sentidos de sensualidade/sexualidade. No que se refere à intericonicidade, a imagem dialoga com outras imagens vistas como sensuais que povoam a memória e o imaginário social, associadas ao discurso de hiperssexualização de mulheres negras que se construiu desde a colonização (BORGES, 2012). Desse modo, da perspectiva semântica que regula a prática intersemiótica da capa, a atriz, uma mulher negra, é representada como objeto de discurso verbal e visual e do prazer masculino.

A objetificação e a erotização do corpo feminino, de modo geral, decorrem de uma cultura patriarcal, que em certa medida afeta a todas as mulheres, no entanto, em comparação com as demais edições de 2012, a imagem de Taís Araújo é a mais sexualizada, em meio às outras estrelas das capas, quase totalitariamente mulheres brancas, com exceção da também atriz Camila Pitanga (capa de setembro de 2012). A estampa *animal print* da lingerie que a atriz veste não apenas reforça a sexualização, mas também remete à desumanização imposta corriqueiramente à imagem da mulher negra. bell hooks analisa este lugar onde são colocados os corpos femininos negros, vistos apenas como símbolos sexuais, "postos numa categoria em termos culturais tida como bastante distante da vida mental" (hooks, 1995, p. 469). Patricia Hill Collins também problematiza a hipersexualização e o silenciamento da mulher negra:

> Quem controla as escolas, a mídia, as igrejas e o governo reprime a voz coletiva das mulheres negras. São os grupos dominantes que constroem as mulheres negras como 'a personificação do sexo, e a invisibilidade das mulheres negras como desprovidas de voz e despercebidas – tudo o que não é branco (COLLINS, 2019, p. 218).

Em uma edição especial de aniversário da publicação, em abril de 2016, foram lançadas no mesmo mês quatro capas com diferentes personalidades em cada. Dentre as selecionadas, estava novamente, quase quatro anos depois, a atriz Taís Araújo, além da também atriz Grazi Massafera e das influenciadoras digitais Kéfera e Camila Coelho. Dentre essas, a única mulher negra é Araújo. As chamadas eram as mesmas em todas as edições, inclusive a principal ("Geração *Glamour*. As mulheres que mais brilharam em 2015") mudando apenas a modelo, como pode ser visto nas imagens que seguem.

.



Figura 5 Taís Araújo na edição comemorativa de abril de 2016(Fonte: revista Glamour)



Figura 6 Na edição de abril de 2016, foram escolhidas quatro personalidades para estamparem a capa especial de celebração do quarto aniversário da revista (Fonte: revista Glamour)

.

Apesar das capas com as quatro modelos serem aparentemente iguais (todas estão sentadas, no chão ou em cadeiras, e usam camisetas similares promovendo a revista), analisando as imagens, podemos notar diferenças consideráveis. Enquanto as outras três modelos, por seu posicionamento corporal e figurino, que inclui pequenas tiaras na cabeça que, por seu caráter intericônico, lembram coroas típicas de princesa, como aquelas da Disney, constroem uma representação que alia uma certa feminilidade comportada e ingênua a um perfil de mulher despojada e moderna; Taís Araújo, como na primeira capa apresentada neste trabalho, tem a sua sensualidade colocada em evidência, através da transparência de sua saia justa ao corpo, da posição que destaca seu quadril e curvas, construindo uma imagem que dialoga uma vez mais com o discurso da hiperssexualização do corpo da mulher negra. Outra diferença que se pode destacar é o adereço, usado de lado e inclinado e não no alto da cabeça, diferente das pequenas e tradicionais coroas de princesa usadas pelas outras personalidades.

No que concerne à construção de sua identidade negra, para além da objetificação de seu corpo, Taís se apresenta como uma mulher negra que exibe um cabelo afro cacheado e mais volumoso que na primeira foto. Já no que se refere aos enunciados das chamadas secundárias, as temáticas abordam moda (“Festa do pijama”), comportamentos relacionados à estética e padrão corporal (“Febre fitness”) e relacionamentos afetivos (“Clube das desquitadas”), construíndo cenografias discursivas que convocam as leitoras a se identificar com um perfil que vai da adolescência aos trinta anos, fazendo parte de grupos de mulheres que, apesar de se dedicarem a manter um corpo desejável pela “rotina de malhação”, “está se divorciando antes dos 30 anos”. E a chamada principal que se relaciona às quatro celebridades, “Geração Glamour: as mulheres que mais brilharam em 2015”, constrói um enunciado de valorização, sem referência específica sobre o referente do verbo “brilhar”, associado nesse contexto ao sucesso em suas carreiras como modelos, atrizes, cantoras.

Passando à análise das duas últimas capas, referentes à edição de junho de 2018, cerca de dois anos mais tarde, podemos ver novamente Taís Araújo em sua última aparição na publicação no período analisado, que também é o último exemplar com uma mulher negra, até o final de 2018.

.



Figura 7 Capas de junho de 2018, com a atriz Taís Araújo. Nesta edição foram lançadas duas capas com imagens diferentes, porém com o mesmo conteúdo (Fonte: revista Glamour)

Em comparação à primeira capa, na qual a atriz é protagonista, é notável a diferença do tratamento conferido a ela. Nessa publicação, na qual foram disponibilizadas duas capas com imagens diferentes no mesmo mês, a chamada sobre a estrela é: “Na real: Em viagem com a família, Taís Araújo abraça Paris clichê e mostra que o importante é ser feliz". Com uma legenda empoderadora, na qual a sua felicidade é exaltada, ela não é lida por meio de um olhar masculino, como na capa de 2012. Porém, há uma reafirmação de outra imagem de controle, como conceitua Collins (2019), corriqueiramente relacionada às mulheres negras, a de mulher de família. Já que mesmo ausentes da imagem, eles são citados, e a construção simbólica da atriz permanece atrelada a outros indivíduos e instituições, sendo, assim, negada a sua plena autonomia. O enunciado, cujo enunciador é a própria revista, constrói-se em duas partes. Na primeira, o sintagma “Na real”, usado com alguma frequência na revista e em seu site como um rótulo de seção, funciona como código linguageiro compartilhado com o público leitor, criando proximidade entre os interlocutores, que é reforçada pela tipografia mais informal, e também aponta para uma relação com o dizer que o modaliza como uma verdade. Nesse caso, para além da imagem construída no universo midiático, é como se o enunciador dissesse ao leitor: “vamos dizer quem é Taís Araújo de verdade, em sua intimidade, longe dos flashes”. O enunciado que segue, na segunda parte, confirma essa leitura, uma vez que tematiza o universo pessoal da atriz ao falar de “família” e o sentimento de “felicidade”. A construção discursiva da cena enunciativa situa uma cenografia diferente das anteriormente analisadas, a da viagem com a família, e das ações que Taís, como sujeito, desempenha: abraçar e mostrar. Ao fazer

.

referência a uma “Paris clichê”, o enunciador dialoga com outros discursos, aqueles que associam Paris a um lugar de desejo e status social, mas também aqueles que criticam essa viagem como sendo algo clichê. O que nos leva a refletir e questionar sobre quem é o leitor ideal da revista *Glamour*. Aparentemente, são pessoas que não apenas enxergam Paris como um destino acessível, como também analisam a cidade como potencialmente “clichê”. Evidenciando um importante marcador da classe da qual o público-alvo que a publicação pretende atingir faz parte. Em uma análise interseccional mais ampla, podemos concluir que, apesar da presença de uma mulher negra na capa, esse leitor ideal da publicação segue uma lógica elitista, racista, patriarcal e cisheteronormativa da sociedade. Construído a partir de um olhar que hiperssexualiza corpos femininos, especialmente negros; e ignora a realidade sócioeconômica de grande parte da população brasileira. Taís Araújo parece ser utilizada nesse contexto como um símbolo da pessoa negra que alcançou o ideal de vida perfeita da branquitude e a negritude parece ser moldada como uma *commodity* para consumo desta mesma branquitude. Os enunciados das outras chamadas da revista também evidenciam esse direcionamento em relação à representação da atriz, com temas como: “joias” e “milionária antes dos 35 anos”.

Já no enunciado “Taís Araújo abraça”, analisamos que a construção não é de crítica, mas de valorização, não apenas de uma ação física, mas de uma escolha, reforçada pela ação de mostrar que “o importante é ser feliz”, que funciona como um enunciado que dialoga com discursos diversos de busca por autoconhecimento como o religioso, o filosófico e o de autoajuda.

A imagem da atriz, em ambas fotografias, também conversa com esses sentidos. O seu posicionamento na primeira imagem, de corpo inteiro e sentada nas escadas de algum lugar que mistura o verde da natureza com o cinza do concreto da cidade, é não apenas o de um corpo a ser visto, mas o de um corpo que vê, pensa, sente, age, escolhe e se relaciona com o ambiente. Pela intericonicidade, sua imagem dialoga com outras baseadas em “O pensador”, de Rodin, mas com os posicionamento do corpo e das mãos sugerindo uma maior feminilidade. O figurino contemporâneo, ainda que com transparências na saia, não hiperssexualiza seu corpo. Na segunda imagem, cuja fotografia opta por um enquadramento em primeiro plano, em um ângulo ascendente, constrói-se uma representação altiva que dá destaque ao olhar, a maquiagem sóbria, e o penteado com tranças tipo *box braids,* um penteado com aplique de cabelos sintéticos de origem africana associado em nosso contexto à valorização da identidade negra. Os seis anos que separam a primeira capa da última e as mudanças sociais que o país experimentou, no que se refere à maior visibilização midiática das lutas de mulheres e negros,

.

além do redirecionamento no posicionamento da atriz, que hoje se coloca publicamente e de modo mais incisivo sobre questões relativas à negritude e ao feminismo, podem ter influenciado nesta mudança, uma vez que todo discurso se constrói na relação com o contexto sociohistórico no qual se dá sua enunciação.

3.2 - Camila Pitanga: negritude questionada

A capa de 2015 da revista *Glamour* que analisaremos será a edição de dezembro, estrelada pela atriz Camila Pitanga (figura 8). Além desta, neste ano houve apenas uma outra capa com mulher negra, no mês de setembro, com a atriz Sheron Menezzes, que compartilhou o destaque da edição com as também atrizes Paolla Oliveira e Mariana Ximenes, ambas mulheres brancas.



Figura 8 Capa de dezembro de 2015 da revista Glamour, com a atriz Camila Pitanga (Fonte: site revista Glamour)

O ensaio da atriz ocorreu em Paris, na França, durante o desfile da grife Dior, no evento de moda *Paris Fashion Week*, e a chamada da capa é: "Camila Pitanga brilha muito nos bastidores da Semana de Moda de Paris". Coincidentemente, na última capa da atriz Taís Araújo, em 2018, o cenário também foi a capital francesa, e em ambas esse fator é destacado nos enunciados. Há um interdiscurso destas escolhas com todo um imaginário social que destaca Paris como cidade da moda, da beleza, de uma certa superioridade, que ainda permeia o que entendemos como Europa, continente onde no século XIX reinou o imperialismo, quando

.

exercia “sobre os outros povos pelo mundo fora uma autoridade totalmente despótica - uma espécie de poder que apenas se exerce para lá das suas fronteiras e sobre pessoas com as quais se julga nada haver em comum” (MBEMBE, 2014, p. 101). Vale frisar que, no topo da capa, a publicação se define como “a revista feminina nº 1 da Europa”, o que torna ainda mais evidente o quanto esse mercado e cultura são valorizados por este veículo.

No contexto da *Glamour*, então, a elegância e a beleza são europeias em diálogo íntimo com os preceitos da branquitude, e em oposição ao que entendemos do continente africano, por exemplo, que, como herança do colonialismo, ainda é lido como um lugar da pobreza, da primitividade e do feio. Essa narrativa parece corroborar com o contexto social onde a negritude da atriz Camila Pitanga é constantemente questionada. Ela, apesar de sempre ter se afirmado como uma mulher negra, ainda hoje se vê interrogada sobre o porquê abraçar essa identidade. Esse fator é destacado pela própria atriz em uma entrevista, de 2019, concedida à revista *Marie Claire*, na qual destaca como o público em geral fica intrigado com o fato da atriz se autodeclarar negra, mesmo tendo a pele mais clara e traços fenotípicos associados à branquitude.

> Dava um nó na cabeça das pessoas. Por eu não ter o fenótipo negro retinto e a gente viver em um país racista. As pessoas me perguntavam porque eu dizia que era negra, como se [não se reconhecer como negra] fosse uma saída, uma solução... Eu não consigo nem dar nome a isso, porque na verdade isso é racismo. (PITANGA, 2019)

Entender o ser branco como algo melhor e como uma “solução” é, de fato, fruto do racismo que subalterniza corpos e faz com que até alguns negros adiram ao autoódio, por não quererem mais estar naquela pele. Fanon detalha esse sentimento de “isolamento” para o qual as pessoas negras são jogadas.

> Para ele só existe uma porta de saída, que dá no mundo branco. Donde a preocupação permanente em atrair a atenção do branco, esse desejo de ser poderoso como o branco, essa vontade determinada de adquirir as propriedades de revestimento, isto é, a parte do ser e do ter que entra na constituição de um ego. Como dizíamos há pouco, é pelo seu interior que o negro vai tentar alcançar o santuário branco. A atitude revela a intenção. A retração do ego como processo bem sucedido de defesa não é viável para o negro, pois ele precisa da sanção do branco. (FANON, 2008, p. 60)

O “brilha” destacado na chamada da capa converge com a iluminação da fotografia da atriz, que aparece com a pele embranquecida, além de ostentar cabelos lisos. Toda uma estética que converge para a uma perpetuação de um ideal de beleza branco, pautado pelo racismo, que fixa a ideia de que quanto mais próximo do branco mais belo. Esses fatores reforçam ainda mais o imaginário popular de que a atriz não é negra o suficiente, para assim se declarar. E corroboram, ainda, com uma construção limitada de representatividade, já que ela se aproxima

.

no imaginário social de um padrão construído pelo embranquecimento e que garante uma maior aceitabilidade em uma sociedade racista, como a brasileira. Logo, ao se declarar como negra, Camila gera um tensionamento do seu discurso, de autoafirmação, com outros, derivados do racismo, no qual se considera que ser branco é sempre uma melhor opção e, por isso, questionam a maneira como a atriz se enxerga e declara. Hall afirma que

> (...) a linguagem é uma prática significante. Qualquer sistema representacional que trabalhe nesses termos pode ser visto, de forma geral, como algo que funciona de acordo com os princípios da representação pela linguagem. Assim, a fotografia é também um sistema representacional, que utiliza imagens sobre um papel fotossensível para transmitir um sentido fotográfico a respeito de determinado indivíduo, acontecimento ou cena. (HALL, 2016, p.24).

No enunciado principal sobre a atriz também vale ressaltar a localização a qual ela é discursivamente relegada, os "bastidores da Semana de Moda de Paris". A palavra "bastidores" nos leva a uma ideia de corpo fora do lugar, que dialoga com um discurso da colonialidade; e, consequentemente, a um entendimento de que o lugar principal é reservado a outros corpos. Enquanto ela, uma mulher negra, é mantida como o "Outro", que, segundo Patricia Hill Collins, "justifica ideologicamente a opressão de raça, gênero e classe", e "categoriza pessoas, coisas e ideias segundo as diferenças que existem entre elas" (COLLINS, 2019, p. 136-137). A atriz estava naquele local para um ensaio da revista *Glamour* e, aparentemente, não participou objetivamente do evento em questão, mas cabe questionarmos o porquê do enunciado evidenciar essa questão. A partir da construção de um enunciado que pode nos levar a um entendimento de que a atriz, apesar de estar naquele espaço de poder, não faz parte dele e, por isso, ocupa os "bastidores" e não um espaço onde estão os holofotes principais.

Outros sentidos despertados pela imagem da atriz nesta capa dizem respeito à perpetuação de um imaginário social que entende a magreza como sinônimo de beleza. Já que, apesar de sentada, a sua pose é típica de modelos, com o quadril inclinado e a mão na cintura, destacando o seu corpo esbelto e o seu vestido, reforçando a ideia da modelo como um mero cabide. Há, ainda, um destaque para os seus braços e pescoço esguios, que estão à mostra. Também chama a atenção a cor rosa na composição do texto e os tons pastéis que permeiam toda a capa, que dialogam com uma construção de feminilidade associada a uma certa infantilização da figura da mulher, especialmente as brancas, mais uma vez distanciando a imagem da atriz Camila Pitanga de uma ideia de negritude.

Outra chamada da capa que merece destaque é: "Falta opinião: Por que as celebs não dizem mais o que pensam?". Um ponto interessante a ser questionado sobre esse enunciado é:

.

as celebridades antes da publicação desta capa, em 2015, diziam o que pensavam e deixaram de dizer? Causa estranheza esta manchete, considerando que neste período testemunhamos um importante movimento de tomada de posição, especialmente após as manifestações de junho de 2013[19], que nasceram a partir de uma mobilização nas redes sociais, que já se apresentava como um crucial espaço de enunciação. Inclusive, a atriz Camila Pitanga, antes mesmo dessa época, já era uma figura pública conhecida pelo seu engajamento social, político e cultural. Logo, sobre quais celebridades esta chamada fala e quais pensamentos considera que não são ditos?

O enunciado dialoga, ainda, com uma obrigação que vem se impondo a certos corpos midiáticos de se posicionarem, especialmente nos tempos atuais, nos quais vivenciamos uma crise política e social. Vemos, entretanto, esta cobrança incidir de maneira desproporcional a corpos vistos como diferentes. Caso a pessoa seja homem, heteressexual, cisgênero, provavelmente, ela poderá falar em uma entrevista, por exemplo, sobre qualquer assunto. Porém, se o indivíduo faz parte do grupo dos "Outros", ele estará ali sempre para representar algo ou alguém e terá a sua individualidade sublimada. Obviamente, tratar de pautas como racismo ou sexismo são essenciais para o debate público, porém, a partir do momento que isso é imposto apenas a determinados corpos que tiveram, e ainda têm, a sua humanidade negada, é apenas uma maneira de mudar sem mudar. A humanidade e a individualidade permanecem negadas, porém, agora, com verniz de representatividade. Há uma demanda real para que essas vozes sejam escutadas ou apenas uma necessidade de jogar luz em assuntos que hoje geram engajamento e, consequentemente, lucro?

3.3 - Rayza Nicácio: branquitude como sombra e co-protagonismo como fardo

A capa de abril de 2017 traz seis influenciadoras digitais, entre elas uma única negra, Rayza Nicácio (figura 9), ao lado das colegas: Jout Jout, Boca Rosa, Niina Secrets, Evelyn Regly e Nah Cardoso. A chamada traz os nomes das jovens, com o de Rayza posicionado por último, e exalta a "Geração youtubers", com o enunciado: "O que a nova realeza digital tem a dizer sobre: carreira, glamour e o poder de influenciar 40 milhões de pessoas".

[19] Onda de protestos que ocorreu em todo o Brasil, durante o mês de junho de 2013, inicialmente contra o aumento das tarifas do transporte público. Mas que logo "revelaram uma insatisfação geral da população brasileira com a classe política, corrupção e problemas sistemáticos na saúde e na educação". Esse movimento levou milhares de pessoas para as ruas em todo o país. Disponível em: <https://guiadoestudante.abril.com.br/estudo/manifestacoes-de-junho-de-2013-relembre-os-fatos-importantes/>. Acesso em: 06/07/2021.

.

Esses enunciados convergem para uma ideia de uma tomada de poder, por uma nova geração, na faixa etária dos 20 anos; e com um novo espaço de enunciação, a internet e especialmente as redes sociais, como o YouTube. O “poder de influenciar” digitalmente é entendido neste enunciado como sinônimo de ser bem-sucedido midiaticamente, o que até pouco tempo atrás era um lugar assumido por figuras célebres que estavam ocupando a televisão e as capas de revistas. Assim, a publicação assume a importância, inclusive para ela própria, deste novo ambiente de poder, onde sucesso significa ter milhões de seguidores virtuais. Logo, a capa da revista *Glamour*, que representa o antigo *modus operandi* da mídia convencional hegemônica, se abre a essas novas personagens e a essa nova forma de ser celebridade. Compreendemos, assim, que o veículo sustenta que conectar-se à chamada "geração youtubers" provavelmente é interessante midiaticamente e mercadologicamente para a marca, para atrair, então, os súditos desta "nova realeza digital". Esta dinâmica converge com mudanças da publicação, que buscamos analisar neste trabalho. Ano após ano, vemos a revista *Glamour* seguir tendências digitais, tanto no âmbito temático quanto no visual, em uma tentativa de se alinhar a universos antes quase ignorados pela publicação, como, por exemplo, questões relacionadas à diversidade, em seus variados âmbitos, inclusive o racial.



Figura 9 Capa de abril de 2017 da revista Glamour, com as influenciadoras digitais Jout Jout, Boca Rosa, Niina Secrets, Rayza Nicácio, Evelyn Regly e Nah Cardoso (Fonte: site revista Glamour)

.

Buscando, então, atualizar-se diante destas novas demandas, Nicácio parece ser uma escolha para transmitir representatividade e corroborar com uma ideia de diversidade racial. Entretanto, a *influencer* simboliza novamente um certo padrão de escolha da revista *Glamour*, com mulheres negras, com traços mais próximos de um ideal de beleza, que ainda é branco. Essas escolhas evidenciam que precisamos buscar neste trabalho ir além da análise quantitativa, pois é essencial entender quem são as mulheres negras escolhidas pela publicação, e não somente o fato delas estarem ali presentes. Cabe, então, compreendermos o conceito de "colorismo" que, segundo Alessandra Devulsky:

> (...) é o braço articulado, o braço tecnológico do racismo e, assim como o racismo, tem nuances na forma como se desenvolve, de acordo com a sociedade, a cultura a qual adere, na qual é construído. Então, o colorismo é, basicamente, um conceito, uma categoria, uma prática, mas sobretudo é uma ideologia na qual hierarquizamos as pessoas negras de acordo com o fenótipo que têm: aproximado ou distanciado da africanidade, próximo ou distante da europeidade. (DEVULSKY, 2021)

A autora destaca ainda que o colorismo não foi criado pela comunidade negra, assim como o racismo, e é uma ideologia que se tornou possível por conta da miscigenação do Brasil, e funciona como um braço do capitalismo, que "atua para que essa maioria da população não consiga atingir os mesmos recursos que os brancos brasileiros", funcionando como um "grande engenho do racismo que permite, e que facilita, a concentração de renda e a permanência dessas desigualdades sociais no decorrer da História do Brasil" (DEVULSKY, 2021).

Em relação à questão da intericonicidade, é importante ressaltar a configuração da capa, na qual são priorizados os rostos, os olhos, os sorrisos e os cabelos. A imagem, com roupas sóbrias, sorrisos e cabelos discretos, parece buscar transmitir uma seriedade, que aparentemente dialoga e busca combater uma certa descrença que ainda permeia a sociedade sobre esta nova profissão de influenciadora digital e também em relação ao sucesso feminino, especialmente de jovens mulheres. A competência delas necessita, então, ser reafirmada a partir de uma sobriedade que se distancia da juventude e da descontração que demonstram em seus canais virtuais de comunicação. Logo, ao mesmo tempo que a publicação exalta discursivamente esta nova geração, a imagem parece compactuar com o descrédito que elas sofrem em relação às suas carreiras. Dessa forma, o efeito de sentido é o da (re)construção das suas imagens, formulando uma ideia socialmente aceita de profissionalismo e de sucesso, quando se trata de jovens mulheres.

Também é relevante destacarmos a composição da imagem, na qual as mulheres com cabelos loiros ocupam o espaço de maior destaque, no centro da foto. Além disso, considerando os planos presentes na fotografia, Rayza Nicácio, a única mulher negra na capa, é também

.

aquela posicionada mais ao fundo da imagem, estando atrás não somente de todas as suas outras colegas, todas mulheres brancas, mas também encoberta pelo próprio título da revista. Vale destacar que o cabelo da jovem é encoberto pelo título, assim como ocorre na capa de julho de 2012, com a atriz Taís Araújo, indo ao encontro de um discurso que entende que cabelos crespos devem ser escondidos ou, até mesmo, ter a sua estrutura modificada.

Outro fator importante a ser considerado na capa com Rayza Nicácio é a escolha da jovem diante de tantas influenciadoras digitais negras. Nicácio, apesar de ter se tornado popular no Youtube falando majoritariamente sobre transição capilar e cuidados com cabelos crespos, não é uma voz presente sobre assuntos raciais, tendo se declarado, inclusive, como parda, em entrevista para o também youtuber Felipe Neto, em 2014. Apenas em 2017, meses após a publicação de sua capa na *Glamour*, a jovem publicou um vídeo em seu canal no Youtube declarando ter se entendido como negra e falando sobre todo o seu processo de aceitação como tal. O que nos leva a pensar sobre o porquê a publicação não ter dado espaço, em uma capa sobre vozes influentes digitais, para uma profissional desta área que tratasse diretamente sobre assuntos raciais e tivesse plena consciência de sua negritude. Certamente, não foi por falta de opções, visto que nos últimos anos cada vez mais há vozes ecoando sobre essas questões, inclusive, e especialmente, nas redes sociais. Por que essas vozes não foram a escolha da revista *Glamour*?

Vale destacar também uma questão recorrente na revista *Glamour*, o co-protagonismo negro. Isto é, capas nas quais mulheres negras dividem espaço com outras mulheres brancas, como na capa da Rayza Nicácio (figura 9); ou edições do mesmo mês com diferentes versões, nas quais as outras protagonistas são mulheres brancas, como aconteceu na edição de abril de 2016, com a atriz Taís Araújo (figura 5). Os autores Bernardes e Corrêa destacam que essa configuração explicita que esses corpos não se enquadram no privilégio branco, que permite que certas pessoas possam ser entendidas como indivíduos e não como expoentes ou exemplos de determinados grupos sociais, especialmente racial (BERNARDES; CORRÊA, 2019, p. 209). Elas afirmam que:

> Um bom exemplo empírico dessa organização do espaço delimitado para pessoas negras na mídia massiva são as fotos em grupo que estampam campanhas publicitárias e capas de revista. Em um levantamento simples, feito a partir das capas das principais revistas femininas do país, observamos a aparição e disposição de pessoas negras em capas estampadas com fotos em grupo (mais de três pessoas). (BERNARDES; CORRÊA, 2019, p. 207).

A revista *Glamour* confirma a tendência descrita pelos autores, já que em oito capas com mulheres negras essa situação se repetiu, de um total de 20 mulheres negras presentes no

.

período analisado. Enquanto as 114 mulheres brancas presentes, em geral, reinaram absolutas em suas capas ou estavam presentes em maiorias nas que estavam em grupo.

3.4 - 2019: o começo de uma virada discursiva ou mercadológica?

Antes de analisarmos a capa com a cantora Iza, de dezembro de 2019/janeiro de 2020, é necessário que contextualizemos o ano de 2019 da revista *Glamour*. Como anunciou o mídia kit do mesmo ano, é perceptível o objetivo da publicação de transmitir uma linha editorial alinhada com as mudanças sociais dos últimos anos, especialmente possibilitadas pelas novas mídias sociais digitais. O enunciado presente no material "A forma de consumir informação mudou e nós fomos juntos, inovando e mantendo a missão de ser um chacoalhão de atitude no mercado." evidencia a finalidade da publicação em "escancarar a sua revolução", com o discurso da atualização e inovação, sem perder o que seria sua "missão".

A imagem da capa do mídia kit, que vale destacar, é um material voltado para atuais ou futuros anunciantes dos veículos midiáticos, já parece carregar essa missão, uma mulher negra retinta com cabelos crespos volumosos e com uma maquiagem radiante, que valoriza o seu tom de pele. Nas outras páginas do mídia kit, mais imagens de mulheres negras, além de mulheres gordas, com deficiência etc. A tentativa de transmitir nas imagens as mensagens que são exaltadas no material é nítida, palavras como: "diversidade", "representatividade", "engajada", "empoderada", "LGBTQ+", dentre outras, alimentam o material que parece ser um tratado da mudança de alinhamento da revista. Será que a revista passa a enunciar a partir de uma formação discursiva outra, engajada em causas sociais, identitárias e antirracistas? Por que apenas em 2019 a revista achou razoável ter uma imagem como essa na capa deste material? E por qual razão ter como estrela uma mulher, à época já bastante famosa, como a cantora Iza, que fenotipicamente tem cabelos e tom de pele que se assemelham a de outras tantas no país, mas que tem uma imagem que perpetua uma ideia de corpo negro curvilíneo, esteticamente tão valorizado, e hiperssexualizado, socialmente, é considerado "um chacoalhão de atitude no mercado"? Ter uma pessoa negra na capa é uma tomada de consciência em relação à diversidade racial ou uma inovação mercadológica?

A questão racial é um dos pontos de maior destaque no documento, inclusive, é frisado que a publicação conta com a "presença poderosa da colunista Luiza Brasil, que traz reflexões pertinentes e relevantes sobre ser mulher e negra no Brasil". Luiza é uma influenciadora digital negra que trata constantemente de assuntos relacionados às questões raciais, feminismo etc.

.

Entretanto, entre 2012 e 2018, apesar da publicação afirmar que acredita em uma "beleza democrática, inclusiva e plural para que a leitora sempre encontre identificação", a mulher negra leitora desta publicação até 2018 não tem essa experiência, já que pouco está presente nas capas.

A partir de 2019, e ainda mais acentuado em 2020, entretanto, podemos notar uma mudança mais efetiva no modo como a revista se apresenta, inclusive em relação à presença de mulheres negras nas capas. Foram 6 mulheres negras presentes e 14, brancas; apesar de ainda em um número inferior, foi a presença mais expressiva até aquele ano. Considerando a noção de discurso segundo Maingueneau podemos compreender a importância de não perdermos de vista os sujeitos, as normas sociais e os contextos que permeiam essa inflexão. Sendo a revista um produto mercadológico, é coerente termos o mercado como o principal parâmetro, e segundo o estudo global *Edelman Earned Brand 2018*[20], 69% dos brasileiros compram ou boicotam uma marca em virtude de sua posição sobre uma questão social ou política. Mostrando, assim, um novo caráter do consumidor nacional o que, invariavelmente, resulta em novos caminhos mercadológicos.

Não cabe, porém, desprezarmos os fatores sociais que levaram os consumidores a valorizarem mais que as empresas com as quais se relacionam se manifestem sobre questões que envolvam a sociedade, em diversos âmbitos, inclusive o racial. Em relação às questões étnico-raciais, foco deste trabalho, vemos o racismo sendo mais admitido, debatido e combatido, e ganhando holofotes nacionais e internacionais, com movimentos como o estadunidense "Black Lives Matter"[21]. A revista *Glamour*, por exemplo, aderiu ao "Blackout Tuesday", em sua rede social, ação que também ocorreu em decorrência do assassinato de George Floyd, quando diversos usuários do Instagram protestaram virtualmente postando uma imagem preta em seu feed.

Em 2019, a primeira edição na qual uma mulher negra está presente é a de abril, com Débora Nascimento (figura 10), que não analisaremos a fundo aqui, já que a capa selecionada para este ano foi a de dezembro/janeiro, com a cantora Iza (figura 11). Entretanto, apesar da

[20] Disponível em: <https://www.edelman.com.br/estudos/earned-brand-2018.>. Acesso em: 09/07/2021.

[21] Após a morte de George Floyd, um homem negro enforcado por um policial de Minneapolis em 25 de maio de 2020, houve pelo menos 7.750 manifestações associadas ao movimento Black Lives Matter em 2.000 localidades dos 50 Estados e no distrito de Columbia, segundo contagem da Universidade de Princeton e do Armed Conflict Location and Event Data Project (Acled), organização que pesquisa sobre protestos no mundo todo. Disponível em <https://brasil.elpais.com/internacional/2020-09-07/black-lives-matter-o-rumo-incerto-do-grande-movimento-antirracista.html>. Acesso em: 04/01/2021.

.

aparente revolução da linha editorial da revista em relação à diversidade racial, o mesmo padrão já descrito anteriormente neste trabalho se repete nesta edição. É importante, entretanto, chamar atenção para a presença nesta capa de enunciados que dialogam com questões raciais e do feminismo, "Para e pense: O que você tem feito em torno da questão racial?" e a fala da atriz destacada na chamada, "Acredito na sororidade. Nós, mulheres, somos uma potência mesmo separadas. Imagina unidas?". A diversidade, mais uma vez, aparece com mais veemência em palavras de ordem do que realmente nas escolhas efetivas da publicação, como a de quem será a estrela da capa.



Figura 10 A atriz Débora Nascimento na capa da edição de abril de 2019, reafirmando um padrão anteriormente apresentado pela publicação (Fonte: site revista Glamour)

Assim como destacamos sobre Camila Pitanga, Nascimento também enfrenta o estranhamento de muitos ao se reconhecer como negra, por ser uma mulher de pele e olhos claros. Mesmo que haja a questão polêmica da afro-conveniência[22], não podemos deixar de destacar que a relação estigmatizada com a negritude também fomenta essa reação, já que o desejo de tornar-se branco é algo que nos atravessa socialmente. Segundo Fanon, essa dinâmica tem sua consistência baseada na "manutenção desse complexo (de inferioridade, nota da autora), em uma sociedade que afirma a superioridade de uma raça; é na medida exata em que esta sociedade lhe causa dificuldades que ele (indivíduo negro, nota da autora) é colocado em

[22] Segundo Lucas Café, "o afroconveniente é quem quer ser negro apenas para querer utilizar direitos que foram criados para atender à população negra marginalizada e subrepresentada historicamente". Disponível em <https://tab.uol.com.br/noticias/redacao/2020/10/28/o-que-e-a-afroconveniencia-e-por-que-ela-e-tao-discutida-nas-eleicoes.htm>. Acesso em: 04/02/2021.

.

uma situação neurótica" (FANON, 2008, p. 95). Esse desejo por embranquecer é reafirmado em vários âmbitos, incluindo a mídia e suas escolhas recorrentes que subalternizam corpos que fujam ao padrão branco.

3.5 - Iza: negritude e beleza quente

Por conta dessa subalternização do corpo negro, acreditamos ser importante analisar uma capa com uma mulher negra retinta, como a cantora Iza (figura 11), presente na edição de dezembro de 2020/janeiro de 2020.



Figura 11 Em 2019, a edição de dezembro/janeiro foi estrelada pela cantora Iza, em duas versões diferentes de capas (Fonte: site revista Glamour)

A artista carioca estrelou duas capas diferentes para a mesma edição, ambas com os mesmos enunciados, porém, com imagens diferentes. O visual escolhido para a artista no ensaio é uma *lace*[23] ondulada, diferente do cabelo crespo que a atriz ostenta em outras ocasiões, como no ensaio que gerou a foto de capa do Mídia Kit *Glamour* 2019 (figura 1), e que em uma sociedade estruturalmente racista, como a brasileira, possui um significado além de simples escolhas estéticas. Por essa razão, a opção por estampar uma mulher negra em uma capa de

[23] Peruca cujo acabamento é uma touca de tela fina, com os fios costurados manualmente para simular o nascimento dos cabelos.

.

revista com cabelos associados a um padrão de beleza branco dialoga com a ideia de que para ser belo é preciso se distanciar da negritude. Nilma Lino Gomes analisa que:

> O cabelo do negro, visto como "ruim", é expressão do racismo e da desigualdade racial que recai sobre esse sujeito. Ver o cabelo do negro como "ruim" e do branco como "bom" expressa um conflito. Por isso, mudar o cabelo pode significar a tentativa do negro de sair do lugar da inferioridade ou a introjeção deste. (GOMES, 2019, n.p.)

Em ambas as fotografias, Iza está em meio à natureza e com roupas claras, o que lhe confere um certo ar místico e sensual. Especialmente, na imagem à direita, a caracterização da cantora, com cabelos ondulados, compridos, dispostos nos ombros, além do olhar sereno; e a ambientação, em contato com a água; dialogam, pela intericonicidade, com a imagem comumente associada à Iemanjá (figura 12), orixá feminino (divindade africana) das religiões afro-brasileiras Candomblé e Umbanda. A feminilidade "divina" parece se reafirmar com a estampa de seu vestido, na direção do ventre da cantora, que se assemelha ao sistema reprodutor feminino, especialmente os ovários.



Figura 12 Imagem de Iemanjá, divindade africana cultuada pelas religiões afro-brasileira Candomblé e Umbanda (Fonte: site Jornal O Globo)

Toda essa construção imagética parece também dialogar com a idealização, descrita por Gilberto Freyre, dos portugueses em relação às mouras[24]. Freyre afirma que:

[24] De acordo com a *National Geographic*, "mouro" é "derivado do latim *maurus*, o termo foi originalmente usado para descrever os berberes e outros povos da antiga província romana da Mauritânia, onde atualmente fica o Norte de África. Com o passar do tempo, o termo foi sendo cada vez mais aplicado aos muçulmanos que viviam na Europa. Na época do Renascimento, o termo mouro também era usado para descrever qualquer

.

> O longo contato como os sarracenos deixara idealizada entre os portugueses a figura da moura-encantada, tipo delicioso de mulher morena e de olhos pretos, envolta em misticismo sexual – sempre de encarnado, sempre penteando os cabelos ou banhando-se nas águas das fontes mal-assombradas [...] (FREYRE, 2003, p.71).

Partindo aos enunciados verbais, a fala da artista destacada na capa é: “Sempre olhei o racismo como ignorância. Quando você faz esse exercício, fica mais paciente e até aprende a educar”. O enunciado é problemático por algumas razões, primeiramente, por assumir o discurso que associa racismo à ignorância, reduzindo-o a uma questão de responsabilidade individual, e não o tratando como um fator que estrutura a nossa sociedade em todo os níveis. Além disso, incumbir ao negro o papel de educador “paciente” de pessoas racistas, é, no mínimo, incoerente, já que está cobrando da vítima uma postura e não o contrário. As pessoas negras vivem nessa sociedade estruturalmente racista e também são absorvidas por discursos que buscam minimizar esse mal e culpabilizar a pessoa negra caso reaja, julgando-a como pouco compreensiva e paciente; enquanto o racista é apenas um pobre ignorante que precisa ser educado. As pessoas brancas podem, sim, ser aliadas na luta antirracista, mas somente se esses indivíduos estiverem

> (...) comprometidos em realizar os esforços de intervir criticamente no mundo das imagens e transformá-lo, conferindo uma posição de destaque em nossos movimentos políticos de libertação e autodefinição — sejam eles anti-imperialistas, feministas, pelos direitos dos homossexuais, pela libertação dos negros e mais. (hooks, 2019, p.31)

Nesse contexto é importante entendermos que há uma imensidão de vozes e enunciados que podem ser destacados em uma capa de revista e a escolha daquilo que ganhará luz, em um contexto capitalista, jamais irá contra os valores mercadológicos do produto em questão. Logo, a revista *Glamour* se faz ouvir através dos dizeres da cantora Iza.

É importante, ainda, ressaltar que nas capas nas quais estão presentes mulheres negras é recorrente a abordagem de questões raciais. Atendo-se apenas as edições de 2019, na capa de setembro, com a cantora Ludmilla, a chamada é: “Sou negra, funkeira e bissexual. Olha quantos gigantes eu preciso vencer com uma única arma, que é a minha voz”; enquanto na capa do mês seguinte, em outro, MC Soffia é destacada com o enunciado: “Tudo o que faço é militância, até quando não falo de racismo”. Obviamente, tratar de temas como raça e racismo é um componente importante para nos defrontarmos com o problema e, talvez, no futuro

---

pessoa de pele mais escura”. Disponível em: <https://www.natgeo.pt/historia/2019/12/quem-eram-os-mouros>. Acesso em: 10/06/2021.

.

atingirmos uma sociedade com mais equidade e diversidade. Entretanto, pessoas negras têm repertório para falar sobre diversos assuntos, incluindo as suas carreiras bem-sucedidas, que as fizeram estar no espaço de poder de uma capa de revista de grande circulação. Quando elas são relegadas somente a abordar questões relacionadas à raça, subentende-se que somente isso importa sobre elas e, ainda, que o racismo somente afeta e é responsabilidade das pessoas negras, como o enunciado da cantora Iza evidenciou, já que nas capas com pessoas brancas esse tema não é abordado. Além disso, reforça a ideia de que elas estão ali apenas para serem estandartes públicos de uma nova postura da publicação, agora supostamente inclusiva e diversa.

Compondo a capa, ainda, podemos ler, no alto da capa, o seguinte enunciado: “Beleza quente”. Assim como destacamos na análise da capa da atriz Taís Araújo, de 2012, mais uma vez a revista dialoga com discursos que hiperssexualizam a mulher negra. Todo esse destaque à questão sexual deste corpos converge com uma ideia de que a sexualidade da mulher negra é vista “como não natural, suja, doente e pecaminosa” (COLLINS, 2019, p. 226). Ainda segundo Collins, “os negros vivenciam um *racismo sexualizado* altamente vísivel, no qual a visiblidade dos corpos negros reinscreve a hipervibilidade dos supostos desvios sexuais de homens negros e mulheres negros” (COLLINS, 2019, p. 227).

Vale salientar, por fim, o enunciado da capa “Impostora, eu? Descubra como a autossabotagem afeta a sua vida”. Mais uma vez, a capa da publicação dialoga com discursos meritocráticos correntes na sociedade neoliberal que ecoam frases de efeito, como: basta você querer e correr atrás dos seus objetivos para alcançar o sucesso ou, até mesmo, se você não foi bem-sucedido é por autossabotagem, não por responsabilidade de uma sociedade machista e racista, por exemplo. É importante explicar que a matéria em questão trata sobre a chamada síndrome de impostor, muitas vezes grafada como “síndrome da impostora”, já que atinge comumente mulheres, e diz respeito a “uma crença interior de que você não é bom o suficiente, ou não pertence" (BBC NEWS BRASIL, 2018). O problema é bastante sério e demanda, em muitos casos, ajuda profissional, mas da forma como foi colocado na capa da revista *Glamour*, reduziu-se a uma questão íntima e a uma vitimização de corpos como o que está presente na capa, da cantora Iza, uma mulher negra.

.

3.6 - Luedji Luna e Majur: representatividade em foco

Como já dito anteriormente, o ano de 2020, o último analisado neste trabalho, foi o único no qual houve mais mulheres negras (5) do que brancas (4) presentes na capa da revista *Glamour*. Porém, é importante contextualizar esse período, já que em março de 2020 a pandemia do novo coronavírus chegou ao Brasil e ocasionou uma necessidade de isolamento social, o que afetou a dinâmica de vida e trabalho de grande parte da população, inclusive, a produção da publicação. Por essa razão, foi um ano com menos edições, já que a publicação não manteve a sua periodicidade mensal, apenas uma edição foi produzida para os meses de maio e junho, assim como ocorreu nos meses de julho e agosto. Além disso, na edição de maio/junho excepcionalmente não houve uma personagem na capa, o que nunca havia ocorrido desde a chegada da revista *Glamour* no Brasil, em 2012.

Para esta edição bimestral, foram apresentadas três versões diferentes de capas, cada uma com uma imagem feita por uma jovem artista. As três convidadas puderam imaginar e criar o futuro através de suas artes, segundo descrito pela própria publicação. As três capas trouxeram a mesma chamada: "Reflexões sobre o futuro e o desejo de um amanhã feliz", em alusão ao momento de desesperança vivido em em meio a uma pandemia. Uma das artistas convidadas foi a artista visual negra Thais Silva, responsável pela página no Instagram @blackcollage_, na qual ela traz colagens em que usa fotografias históricas, que buscam resgatar as suas ancestralidades negra e indígena, já que é descendente dos Goitacá, tribo da região do Espírito Santo. Thais tem como inspiração, ainda, o afrofuturismo, movimento que relaciona a cultura africana com a ciência e a tecnologia, tendência que pode ser notada em sua colagem para a capa da *Glamour* (figura 13). Dessa forma, a edição é coerente com a "nova fase" da publicação trazendo, além da questão racial, diálogos com questões relacionadas ao feminismo e à política nas imagens das outras duas capas.

.

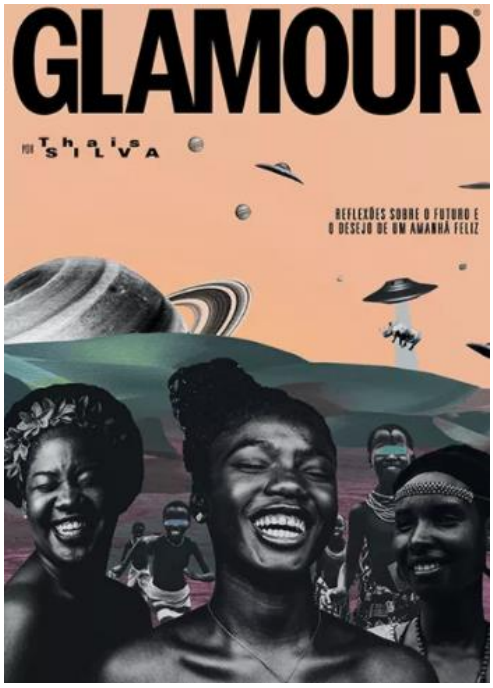


Figura 13 Na edição de maio/junho de 2020, a ilustradora negra Thais Silva foi convidada para produzir esta colagem para a capa, e teve como inspiração o afrofuturismo (Fonte: site revista Glamour)

Partindo para a capa que analisaremos, do ano de 2020, a escolha foi pela última edição do ano, de dezembro/janeiro (figura 14), na qual as estrelas foram: Marcela McGowan, Luedji Luna, Letticia Munniz e Majur, todas com trajetórias relacionadas a alguma quebra de tabu ou padrão. McGowan é ginecologista militante pelo prazer feminino, bissexual e ex-BBB; Luna, cantora negra, compositora e ativista racial; Muniz, modelo, influencer e ativista body positive; e Majur, cantora negra e ativista, que se identifica como uma pessoa trans não-binária. Vemos aqui, mais uma vez, um padrão da revista *Glamour* quando traz mulheres negras em sua capa, o co-protagonismo.

.



Figura 14 Na edição de dezembro/janeiro, da esquerda pra direita, Marcela Mc Gowan, Luedji Luna, Letticia Munniz e, abaixo, Majur (Fonte: site revista Glamour)

Os nomes eleitos para esta edição já evidenciam o objetivo da capa, que é explicitado pela chamada "Em uma edição-manifesto pela beleza de ser quem somos". Neste enunciado a publicação dialoga com uma ideia estabelecida de beleza, pautada em padrões eurocêntricos e de magreza, e deixa claro que as mulheres deste ensaio não se encaixam nesses preceitos. Apesar de, aparentemente, a proposta desta edição ser exaltar a liberdade e a diversidade, é curioso identificar que em nenhuma capa impressa anteriormente, desde a chegada da revista no país até 2020, houve uma mulher gorda ou transsexual, como Muniz e Majur, respectivamente. Logo, fica uma dúvida: o manifesto da revista cabe apenas à edição que leva esse título? O que significa ideologicamente manifesto neste contexto? A publicação parece assumir um discurso que dialoga com movimentos assumidos por militantes de causas sociais, porém, podemos entender que há nesta capa uma verdadeira militância? Não seria crucial, então, a publicação, ter recorrentemente esses corpos presentes nas capas? A diversidade é, realmente, uma missão da revista ou aparece eventualmente como um mote, enaltecido quando convém? As militâncias que unem as quatro mulheres que estrelam esta capa interessam em que sentido à revista *Glamour*? São causas que importam, de fato, à empresa ou apenas estão

.

sendo cooptadas para atender a demandas do público e do mercado em um determinando momento? Estes corpos que fogem ao padrão reforçado pela própria revista *Glamour* e este enunciado, que reafirma o quão inadequado eles são àquele espaço, apenas reforçam pressupostos do que é belo e como essa capa foi uma concessão, pontual e estratégica.

Essa inadequação é explicitada também pelas roupas justas aos corpos que aludem a diferentes formas e cores em suas estampas e um posicionamento corporal das modelos que se assemelham ao gestual animal. Analisamos que a publicação busca através dessas pistas explicitar uma ruptura com os seus próprios padrões. Isto é, uma ruptura com o que é considerado normal tendo como parâmetro a própria publicação e as outras capas publicadas no período analisado. A animalização desses corpos evidencia que eles são lidos e colocados como exóticos pela revista *Glamour*, por fugirem aos padrões patriarcais, racistas, machistas e heteronormativos da sociedade. E, ainda que essas mulheres sejam colocadas como destoantes às normas, as roupas justas notabilizam que a sexualidade e sensualidade do corpo feminino é recorrentemente um instrumento a ser utilizado para deleite masculino.

Apesar da aparente transgressão que as escolhas para esta capa suscitam, os cabelos seguem um padrão estético explícito, extremamente lisos e compridos. Até mesmo, a cantora Luedji Luna, que apresenta cabelos trançados, que remetem a uma identidade negra, da forma como foi penteada para o ensaio, caso não olhemos atentamente para a imagem, parecem também ser lisos. A imagem e o enunciado se conectam aos discursos presentes no imaginário social sobre a existência de cabelos bonitos e feios, o que é reforçado pelo outro enunciado presente na capa, com os dizeres: “Cabelos que queremos: o guia dos fios saudáveis”. Quais são os cabelos que queremos e, consequentemente, quais são os que não queremos? A partir do exposto na capa em questão, os desejados são os lisos e compridos, logo, quais os indesejados?

É importante compreendermos como a capa dialoga e ao mesmo tempo alimenta discursos que ainda rodeiam o nosso imaginário social sobre os cabelos crespos, que até pouco tempo atrás eram chamados, sem qualquer pudor, de “cabelo ruim”. Testemunhamos mudanças ao longo dos anos com movimentos, popularizados principalmente nas redes sociais, de mulheres, em geral, negras assumindo os seus cabelos naturais, passando pelo processo chamado de transição capilar. Entretanto, ainda hoje, segundo matéria, de 2019, do Jornal O

.

Globo[25], caso os usuários façam pesquisas no Google Imagens e busquem por expressões como “cabelo bonito" ou "trança bonita", o resultado que lhes é disponibilizado são imagens de mulheres brancas de cabelo liso ou ondulados artificialmente. Enquanto, ao buscar por "cabelo feio" ou "trança feia", as fotos apresentadas são de fios encaracolados e *black power*, com mulheres negras, em geral.

Outro discurso também reforçado nesta capa é o que associa o conceito de beleza ao de feminilidade e de sexualização da mulher. Apesar de apresentar corpos que fogem à certos padrões, como o da magreza e da cisgeneridade, a imagem das mulheres é construída a partir de um imaginário social do que é a sensualidade feminina, com poses provocantes, roupas justas e sapatos finos de saltos-alto, que dialogam com imagens sexualizadas do que significa ser bela em uma sociedade patriarcal e machista.

Por isso, na próxima seção discutiremos como a revista *Glamour* vem mudando ao longo dos anos, em harmonia com a sociedade, em relação às questões raciais e de gênero, principalmente. Porém, buscaremos compreender até que ponto essas mudanças são efetivas ou meramente estéticas. E, principalmente, refletiremos sobre como o mercado e suas demandas influenciam nas escolhas editoriais da publicação e como isso se reproduz, ou não, na gestão deste veículo, que é comandado por um dos principais grupos de comunicação da América Latina.

3.7 - Negritude como uma *commodity*?

Este trabalho tem como problema de pesquisa compreender como o racismo estrutural se desdobra na revista *Glamour* a partir da representação de mulheres negras na capa da publicação. E, para isso, a compreensão de que uma revista existe além do seu produto final é importante para entendermos como a diversidade racial vem sendo trabalhada nesta dinâmica mercadológica. A capa é uma janela da publicação, porém, para que as mudanças sejam efetivas é necessário que ocorram também internamente, além do lado imagético e público. As mãos que decidem quem e como serão implementadas essas transformações, certamente, influenciam no material que chega aos leitores e, consequentemente, em quem serão e como estarão representadas as celebridades estampadas nas capas da publicação, por exemplo.

[25] Disponível em: <https://oglobo.globo.com/celina/tranca-feia-tranca-bonita-entenda-polemica-envolvendo-cabelos-racismo-a-busca-do-google-imagens-23776462>. Acesso em: 11/06/2021.

.

Por isso, vale destacar alguns elementos do expediente[26] da revista, publicado online no dia 5 de junho de 2020 e atualizado no dia 8 de março de 2021. Neste espaço constam os nomes dos membros da equipe de produção da publicação e é possível identificar, por exemplo, que das 15 pessoas ali presentes, 14 mulheres e um homem, apenas quatro são negras; e, destas, nenhuma ocupa cargo de chefia (editora-chefe).

Essa discrepância entre postura midiática e mudanças efetivas nas engrenagens da produção, pode ser notada em outras esferas com as quais a revista *Glamour* estabelece alguma relação. O universo da moda é um bom exemplo, já que, especialmente a partir do assassinato assassinato de George Floyd, nos Estados Unidos, no dia 25 de maio de 2020, o setor aderiu discursos e promessas de ações antirracistas. Essa movimentação foi resultado de uma onda de protestos intensos, que chegou também ao Brasil, no qual as redes sociais foram tomadas por quadrados pretos acompanhados da hashtag #BlackoutTuesday. Porém, uma reportagem da revista Elle[27], de 9 de junho de 2021, destaca alguns dados relacionados ao setor um ano após essas manifestações, e salienta, por exemplo, que, segundo o jornal *The New York Times*, das 64 marcas globais da moda perguntadas sobre a porcentagem de negros em suas equipes e sobre suas metas para diversidade,

> Aproximadamente 60% não responderam ou não retornaram ao jornal. 25% responderam parcialmente as questões e 12% responderam de forma integral. A partir disso, só 4% das marcas têm na presidência executiva ao menos uma pessoa negra; na diretoria criativa, o número vai para 6%. (ELLE, 2021)

Considerando o território nacional, ainda de acordo com a matéria da Elle, o resultado é ainda mais insatisfatório em relação a como uma parcela do mercado de moda incorporou as questões raciais. As marcas analisadas foram selecionadas a partir da lista de associadas de duas organizações do setor: a Associação Brasileira de Estilistas (ABEST) e a Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX).

> Atualmente, são 24 companhias varejistas de moda brasileiras associadas, que somam dezenas de marcas. As empresas foram contactadas por email. Destas, oito (33,3%) não apresentam nada em seu site sobre as perguntas elencadas ou não responderam até a data de publicação; nove (37,5%) declinaram. Seis (25%) responderam à reportagem ou apresentam informações em seu site, sobre a existência de algum programa de igualdade racial; e quatro (16,6%) souberam informar ou apresentam em seu site oficial a distribuição de raça por cargos. (ELLE, 2021)

[26] Disponível em: <https://revistaglamour.globo.com/Expediente/noticia/2020/06/expediente.html>. Acesso em: 20/04/2021.
[27] Disponível em: <https://elle.com.br/amp/um-ano-depois-do-quadradinho-preto-o-que-mudou-na-moda-2653267959?__twitter_impression=true>. Acesso em: 14/06/2021.

.

Para este levantamento, “foram contatadas 143 marcas de moda nacionais ou com operações no Brasil, quatro agências de modelos com capilaridade nacional e as três principais semanas de moda do país” (ELLE, 2021). A conclusão da reportagem a partir das respostas às perguntas sobre ações de promoção de igualdade racial nas empresas e dados da distribuição de cargos por raça, foi que:

> Apesar dos discursos engajados, dos feeds e campanhas com modelos negras, ainda é evidente o racismo em boa parte da moda brasileira. O mito da democracia racial, o marketing da diversidade, o tokenismo[28] (inclusão simbólica) e a alienação privilegiada ainda são obstáculos a serem superados na indústria. (ELLE, 2021)

Dado esse contexto, cabe destacar a análise de bell hooks, quando a autora enfatiza a urgência das pessoas negras assumirem a frente da produção da imagem de si.

> Imagens de raça e representação se tornaram uma obsessão contemporânea. O tratamento da negritude como uma commodity criou um contexto social onde a apropriação da imagem negra por pessoas não negras não encontra limites. Se muitas das pessoas não negras que produzem imagens ou narrativas críticas a respeito da negritude e das pessoas negras não questionarem suas perspectivas, elas podem simplesmente recriar a perspectiva imperialista — o olhar que procura dominar, subjugar e colonizar. (hooks, 2019, p. 35-36)

Este questionamento sobre as imagens produzidas, especialmente pelas pessoas não negras, é essencial para que seja possível termos na mídia representações diferentes daquelas que “condicionaram e condicionam nossos olhares, dando a ilusão de passividade, submetimento e naturalizando, às mulheres negras, os lugares sociais, aparentemente, de subalternidade, de subserviência” (TRINDADE, 2005, p. 115). É importante frisar, entretanto, que:

> (...) o produtor de discurso visual, logo de representações sociais, também não é um sujeito individual, mas coletivo, pertencendo ou estando "atrelado por laços de dependência, a uma determinada classe social, cujas representações e códigos comportamentais são pertinentes ao papel que ela desempenha no conjunto da sociedade" (MAUAD, 1993). (TRINDADE, 2005, p. 114)

Logo, é necessário compreender a revista *Glamour* em seu contexto amplo. Isto é, um produto midiático, editado por uma empresa que faz parte do Grupo Globo[29], o maior conglomerado de mídia e comunicação do Brasil e da América Latina, e que segue e atende a demandas de uma lógica capitalista e neoliberal. Essas transmutações que vivenciamos nos

[28] “O conceito social “tokenismo” — que consiste na prática de fazer um esforço superficial para se incluir um grupo minoritário e que foi usado nos anos 1950 nos Estados Unidos — é bastante presente atualmente nas corporações em relação à inclusão racial”. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/celina/voce-sabe-que-tokenismo-fique-atento-ao-marketing-da-falsa-inclusao-racial-24083765>. Acesso em: 24/08/2021.
[29] Disponível em: <https://mm.exame.com/globo/>. Acesso em: 30/04/2021.

.

últimos anos em relação aos grupos chamados de minorias sociais, incluindo aí as pessoas negras, obviamente afetam todos os âmbitos sociais. Porém, quando afetam produtos com o peso mercadológico da revista *Glamour* é crucial analisarmos quais são os interesses econômicos que lhe dão sustentação. E como eles podem afetar as escolhas editoriais da publicação, que passam pelas pautas abordadas; pelas decisões sobre as capas, que incluem a pessoa que estrelará, como ela será apresentada visualmente e textualmente; quais assuntos ganharão mais ou menos relevância etc. Como já foi salientado anteriormente, os consumidores hoje em dia esperam das empresas que consomem posicionamentos sobre as mais variadas questões sociais. Porém, como se dá a resposta do mercado a essa demanda? A cooptação de corpos, causas e lutas subalternizadas é favorável a quem? Mulheres negras estamparem capas de revistas é, de fato, um avanço em pautas relacionadas à representatividade?

Neste sentido, Debord aponta como a espetacularização de ideologias, que são "a base do pensamento de uma sociedade de classes, no curso conflitual da história", torna intrincada essa relação entre as demandas sociais e mercadológicas.

> Os fatos ideológicos não foram nunca simples quimeras, mas a consciência deformada das realidades, e, enquanto tais, fatores reais exercendo, por sua vez, uma real ação deformada; na medida em que a materialização da ideologia na forma do espetáculo, que arrasta consigo o êxito concreto da produção econômica autonomizada, se confunde com a realidade social, essa ideologia que pode talhar todo o real segundo o seu modelo. (DEBORD, 2003, p. 160)

Em consonância com essa ideia, bell hooks questiona, considerando especialmente o contexto estadunidense, o que o entretenimento no presente tem a nos oferecer, já que "é o espetáculo da colonização contemporânea, da desumanização e do esvaziamento do poder, no qual a imagem serve como uma ferramenta assassina" (hooks, 2019, p. 35). A autora frisa, ainda, que enquanto não transformarmos "as imagens da negritude, das pessoas negras, nossos modos de olhar e as formas como somos vistos, não poderemos fazer intervenções radicais fundamentais que alterem a nossa situação" (hooks, 2019, p. 35). Trazendo essas ideias ao contexto da revista *Glamour*, até que ponto podemos considerar a presença, ainda tímida, de corpos negros neste espaço como uma revolução sociocultural? E em qual medida precisamos entender este processo como uma apropriação ilusória, com fins meramente comerciais? hooks contribui a essa discussão, afirmando que:

> A apropriação cultural do Outro alivia os sentimentos de privação e de vazio que assaltam a psique da juventude branca radical que opta por trair a civilização ocidental. Enquanto isso, grupos marginalizados, considerados Outros, que têm sido ignorados, tratados como invisíveis, podem ser seduzidos pela ênfase na Outridade, pela sua comodificação, porque ela oferece a promessa de reconhecimento e

.

> reconciliação. Quando a cultura dominante exige que o Outro seja apresentado como um sinal da mudança política que está em andamento, de que o "sonho americano" pode ser realmente inclusivo com a diferença, isso é um convite para o ressurgimento de um nacionalismo cultural essencialista. (hooks, 2019, p. 63)

Na publicação na qual estamos nos debruçando neste trabalho é possível notar alguns pontos que merecem uma atenção especial. Como, por exemplo, a recorrência de debates sobre raça, racismo e assuntos afins quando há uma mulher negra na capa da *Glamour*. O que nos leva a questionar se corpos negros cumprem determinados papeis previamente estabelecidos no campo midiático contemporâneo. Uma pessoa negra deveria apresentar diversas possibilidades de pauta, assim como as brancas, e porque esta temática frequentemente surge? Obviamente, compreendemos que discutir assuntos como estes cumpre um papel primordial para todos nós que vivemos em uma sociedade estruturalmente racista. Porém, não estariam os corpos negros trocando o papel da ausência pelo da presença com uma função pré-determinada? Nesse sentido, Muniz Sodré reflete sobre as formas contemporâneas de racismo, especialmente no campo midiático em um contexto neoliberal, e afirma que:

> O atual sistema de dominação não mais se apóia no conceito biológico de raça, e a mentalidade progressista está ciente de que a cor da pele não essencializa diferenças humanas. No império das tecnologias do self incrementadas pelo mercado e pela mídia, o argumento explicitamente racista não leva a lugar nenhum, exceto aos redutos anacrônicos da tara social – grupos supremacistas, odiadores na rede eletrônica etc. Mas isso não suprime o racismo, que persiste difratado na atenuação linguística da palavra "preconceito" e nos novos modos de subjetivação, característicos dos jogos de concorrência da sociedade neoliberal. (SODRÉ, 2018, p. 11-12)

Como essas subjetividades são tratadas é essencial para entendermos as sociedades da modernidade, que segundo Hall, são caracterizadas pela diferença e, desta forma, atravessadas por diversas identidades (HALL, 2006, p. 17). Logo, ao encararmos as pessoas negras como, em algum nível, uniformes, negamos a elas identidade e, consequentemente, humanidade. As mulheres que estão presentes naquelas capas ganham o status de ter de representar a negritude e isso, segundo Grada Kilomba, "anuncia o racismo: ela tem de representar aquelas/es que não estão lá, e pessoas negras não estão lá porque o seu acesso às estruturas é negado. Um círculo duplo, de inclusão e exclusão" (KILOMBA, 2019, p. 173).

Considerando essa inclusão excludente, vale destacar que nem todos os corpos femininos negros marcam presença nestes espaços midiáticos. Nessa dinâmica, assim como no resto da sociedade, operam as lógicas de padrões de beleza que se baseiam no eurocentrismo, no racismo e no machismo. Por isso, na análise das capas da *Glamour* nas quais há mulheres negras, foi preciso entender que não há uma abertura para todas as mulheres negras, mas, sim,

.

àquelas que se enquadram ou se aproximam aos corpos tidos como perfeitos, normalmente magros e mais próximos de uma estética branca.

Na próxima seção apresentamos, então, as considerações finais deste trabalho e refletimos sobre como esta dinâmica excludente, operada por um sistema mercadológico capitalista e neoliberal, vem nos últimos anos construindo e reconstruindo a mídia brasileira, especialmente a revista *Glamour* e suas capas.

.

Considerações finais

Este trabalhou buscou entender como mulheres negras, em um país estruturalmente racista e sexista, como o Brasil, são (sub)apresentadas na revista *Glamour*, a partir da problematização da construção discursiva destes corpos por meio de enunciados e imagens nas capas desta publicação. Para tentar responder a essa questão principal, primeiramente, é essencial entendermos o racismo como um fator que hierarquiza a sociedade desde o colonialismo e que vem mantendo em seus "devidos lugares" os corpos que são tidos como inferiores. Para, dessa forma, compreendermos o papel e a importância da mídia hegemônica na manutenção das diferenças e dos poderes estabelecidos. E, então, partirmos diretamente ao objeto desta pesquisa, a revista *Glamour*, que é mais um elemento inserido em uma dinâmica que representa e fomenta o racismo estrutural que vivenciamos em nosso país. Elemento, porém, de extrema importância a julgarmos que faz parte de um dos mais importantes grupos de comunicação da América Latina, cujo o interesse em mudar os poderes de mãos deve sempre ser questionado, visto que disso depende a manutenção de sua influência econômica, social e cultural.

Entretanto, esta análise não é tão simples e maniqueísta como, inicialmente, pode parecer. Já que a sociedade em geral é o público-consumidor destes produtos midiáticos e sua voz e desejo importam mercadologicamente nas decisões e rumos que são tomados por essas grandes empresas, que dependem de grandes anunciantes para se manter. Uma capa da revista *Glamour* para fazer sentido precisa alcançar o seu público-leitor, e a representação é um meio que vem sendo usado para que haja identificação, logo, consumo. Porém, apesar da população negra constituir a maioria dos brasileiros, o mercado aparentemente permanece ignorando o poder de consumo dessa parcela da sociedade. De acordo com a pesquisa "A Voz e a Vez – Diversidade no Mercado de Consumo e Empreendedorismo"[30], de 2018, os negros no Brasil representam 54% da população e movimentam, em renda própria, R$ 1,7 trilhão por ano. Apesar disso, 72% dos consumidores negros consideram que as pessoas que aparecem nas propagandas são muito diferentes deles e 82% gostariam de ser mais ouvidos pelas empresas. Outro estudo[31], feito pelo Grupo de Estudos de Ação Afirmativa (Gemaa) da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj), comparou propagandas publicadas na revista de maior

[30] Estudo encomendado ao Instituto Locomotiva pelo Instituto Feira Preta, com apoio do Itaú. Divulgado em: <https://blogs.correiobraziliense.com.br/servidor/populacao-negra-movimenta-r-17-trilhao-no-brasil-revela-pesquisa-do-instituto-locomotiva/>. Acesso em: 20/06/2021.

[31] Divulgado em: <https://www.folhape.com.br/economia/brancos-ainda-sao-78-dos-representados-em-anuncios/131014/>. Acesso em: 20/06/2021.

.

circulação nacional no período, a Veja, entre 1987 e 2017, mostrou que, no primeiro ano analisado, brancos eram 84% das figuras humanas em publicidade, ante 9% de pretos e pardos. No último, foram 78%, ante 16% de pretos e pardos. A partir desses dados podemos entender que a ausência de mulheres negras nas capas da revista *Glamour*, publicação que tem como público-alvo mulheres inseridas na chamada classe AB, é apenas uma ponta de um sistema mais complexo. As pessoas negras, mesmo nos últimos anos ascendendo economicamente, permanecem, inclusive mercadologicamente, com o estigma da pobreza e da impossibilidade do consumo. E em um contexto no qual o poder de compra é uma questão nevrálgica, se você não é visto como consumidor, você não existe. Logo, a ausência de corpos negros na revista *Glamour*, desde a sua produção até as capas, parte de uma compreensão de que este é um público que não interessa. Este trabalho, porém torna-se relevante no atual momento, justamente, porque testemunhamos alguma diferença, possibilitada pelas vozes que ecoam, principalmente, das redes sociais e que exigem mudanças, exigem se ver nesses espaços de poder e denunciam o racismo, o sexismo, a lgbtqi+fobia etc.

Por isso, esta dissertação se propôs a analisar criticamente a presença de mulheres negras, indivíduos subalternizados historicamente, nesses espaços de poder, especificamente nas capas da revista *Glamour*, e buscar compreender, até que ponto, podemos entender como positiva a cooptação de determinados corpos em uma dinâmica que, apesar das transformações sociais vividas nos últimos anos em relação à raça, gênero e sexualidade, ainda reforça padrões que hierarquizam sujeitos em nossa sociedade. Visto que, como debatemos ao longo desta dissertação, a branquitude se mantém ditando os rumos e as decisões que fundamentam publicações, seja na gestão ou nas capas, em que pessoas brancas ainda representam uma maioria expressiva e que, por isso, cabe o questionamento se os corpos negros não estão sendo usados e entedidos como meros tokens.

Para traçar essa trajetória, buscamos inicialmente, no capítulo 1, compreender os conceitos de raça, racismo e branquitude sob a luz do discurso. A partir de um entendimento de que a raça é uma concepção social e discursiva de separar e hierarquizar pessoas, e não biológica, como outrora foi compreendida; e de que fazemos parte de uma sociedade estruturalmente racista, permeando todas as esferas da nossa vivência e determinando o nosso modo de existir. Buscamos, então, neste trabalho historicizar brevemente como nos formamos socialmente, desde a colonialidade, tendo a racialidade como ferramenta de opressão contra as pessoas negras. E apresentamos a branquitude como determinante do lugar social de poder e privilégios ocupado pelas pessoas brancas, que se entendem como o único e normativo padrão. Ao longo das análises das capas e de como as mulheres negras eram nelas representadas,

.

podemos compreender a revista *Glamour* como um retrato desta branquitude. Com corpos negros sendo expostos com ares de execpcionalidade, não apenas pela presença expressivamente menor, mas pela maneira como são apresentados. Através da reafirmação de estereótipos, como com a hiperssexualização das mulheres negras; ou mesmo com a presença recorrente de questões raciais quando elas estão nas capas, determinando que naquele espaço o negro precisa ser nomeado e rotulado, ao contrário do branco, que não é racializado e é a norma desses espaços, onde a beleza é exaltada, porém não qualquer beleza, mas sim uma beleza eurocêntrica, reforçando um ideal de branqueamento.

Neste capítulo inicial, o pensamento do feminismo negro e suas demandas também são destacados, vide sua contribuição para aprofundar debates, que antes eram tratados mais perifericamente, sob uma perspectiva interseccional, que é essencial a este trabalho. Consideramos, então, neste trabalho questões relacionadas à raça, classe e ao gênero, elementos que perpassam o entendimento de quem são as mulheres negras brasileiras e como elas são (sub)representadas nas capas da revista *Glamour*. Pudemos compreender, então, a partir justamente de um panorama sobre estas mulheres, como a subalternização destes corpos vai muito além da representação midiática negativada, que é um reflexo de como esses corpos são tratados nos mais diversos âmbitos sociais, como a política e o mercado de emprego; sendo também alvo preferencial de diversas violências.

Já no capítulo 2, explicitamos que partimos de uma compreensão de discurso que tem como base a linguagem como forma de produção de subjetividades, isto é, modos de ser e habitar o mundo. Dessa forma, partimos do conceito de linguagem-intervenção, cunhado por Décio Rocha, que explica a linguagem para além do poder de falar de um mundo, mas também intervindo nesse mundo, construindo e inventando realidades. Entendemos, então, que as representações de mulheres negras ou a ausência desses corpos nas capas da revista *Glamour* revelam que mundo é esse que construímos e qual é o lugar reservado a elas. Podemos concluir que as capas da revista *Glamour* permanecem reafirmando um lugar de subalternização para os corpos que fogem à certas normatividades, como a branquitude, o heterocentrismo e o sexismo, com a exigência de corpos "perfeitos", forjados a partir de padrões machistas e misóginos. Além disso, buscamos nas análises das capas pontuar quem são essas mulheres negras construídas e como tais construções produzem subjetividades que afetam as leitoras negras desta publicação.

Nesse sentido, o conceito de interdiscurso de Dominique Maingueneau foi essencial para este trabalho, visto que, ao localizarmos os discursos da revista sobre mulheres negras, considerando as marcas interdiscursivas do gênero capa de revista, há de se compreender que

.

não são os primeiros a dizer o que dizem, e que tais discursos dialogam com outros já ditos, procedentes de outros enunciadores, tempos e espaços. E em relação às imagens, considerando as escolhas estéticas, composicionais e comunicativas, partimos do caráter discursivo da iconicidade, e utilizamos o conceito de intericonicidade, de Jean-Jacques. Courtine.

No capítulo 3, então, partimos objetivamente para as análises das capas. E pudemos ver que a maioria das mulheres negras eleitas para as capas da revista *Glamour*, no período analisado neste trabalho, de abril de 2012 até dezembro de 2020, se encaixam em padrões que as aproximam de um fenótipo branco, raramente com pele retinta ou traços negróides. Também foi possível analisar como outros padrões que permeiam questões além da racialidade também se fazem presentes nas capas em questão, como a magreza recorrente das modelos, brancas ou negras, reforçando a ideia de que ser bela é ser magra; a cisgeneridade e heteronormatividade que estão presentes nas escolhas da maioria esmagadora das mulheres em geral presentes nas capas, não apenas em relação às mulheres negras; e a exaltação de um *lifestyle* e de uma ideia de sucesso relacionados ao poder financeiro, como enaltece, por exemplo, uma chamada na capa de junho de 2018, sobre mulheres que se tornaram milionárias antes dos 35 anos. Em relação a cisnormatividade, na única capa analisada, de dezembro de 2020, na qual havia mulheres que fugiam a esses padrões, a publicação evidenciou que aqueles corpos eram diferentes em relação aos aceitos e normatizados naquele espaço de maior visibilidade da revista, que é a capa.

A revista *Glamour* com essas e muitas outras decisões produz e reproduz formas de racismo, sexismo, heterossexismo, preconceitos de classe, dentre tantas outras questões que afetam a nossa sociedade. A representação é mais um conceito muito importante para este trabalho, e é crucial entendermos que não basta certos corpos estarem em um espaço de poder, como em uma capa de revista, para isso impactar positivamente em determinado grupo subalternizado. Visto que, como Hall pontua, a representação é construída a partir de uma "falta" e da determinação do lugar do chamado "Outro" a que certos corpos são relegados. Logo, é necessária a construção de novos olhares e novos lugares sociais para estes corpos, inclusive, contando com as pessoas brancas como aliadas nesta difícil e importante missão, como hooks salienta em sua obra "Olhares negros: Raça e representação". Por isso, o questionamento precisa ir além do espaço midiático, mas da compreensão de como essas mudanças vêm afetando de fato esses corpos e se há uma mudança real na representação destes em todas as esferas da sociedade.

Apesar de acreditar que essa sutil guinada da revista *Glamour* para abarcar pautas e figuras que representam uma maior diversidade, em diversos âmbitos, é, sim, importante,

.

questiono se essa representação vem sendo construída de maneira superficial, apenas como a presença pontual de corpos negros e palavras de ordem nas capas, e não como uma mudança estrutural e efetiva. Ao analisarmos, por exemplo, quem são as editoras da publicação, a branquitude e todos seus privilégios permanecem intactos, com todas as profissionais com cargos de chefia sendo mulheres brancas. E esse é o principal questionamento deste trabalho: estaríamos vivendo uma era de mudanças meramente estéticas? Considerando, especialmente, que as mulheres negras, como apresentamos nesta dissertação, se mantêm em um preocupante lugar de fragilidade social em tantos níveis.

Por isso, é preciso um olhar atento à apropriação da negritude apenas como um meio discursivo de se associar à diversidade demandada atualmente. Vemos a cooptação de corpos que fogem ao dito padrão e que, muitas vezes, se transformam em meros estandartes de uma mudança apenas estilística e de uma diversidade com fins proeminentemente mercadológicos e capitalistas, dentro de uma sociedade que cada vez mais ruma ao neoliberalismo. Essa dinâmica tem como pano de fundo o momento pelo qual passamos, no qual uma parte do público espera que as empresas de quem consome adotem posturas condizentes com as questões sociais do meio onde vivemos. O mercado, então, precisa mudar ou ficará para trás e, nesse contexto, vemos a revista *Glamour* em uma corrida para alcançar uma sociedade que tem as redes sociais como espaço de debate e luta, mas que também espera certo ativismo de tudo que permeia a sua dinâmica, mesmo que seja algo mais estético do que de fato transformador.

A imagem, como bell hooks salienta, cada vez mais se torna crucial para a compreensão de quem somos e de quem queremos ser. E, por isso, as capas das revistas seguirem os rumos que são desenhados na sociedade não é uma alternativa, mas, sim, um caminho inevitável. Porém, o que há por trás disso? Podemos compreender essas mudanças como algo plenamente positivo?

Por ora, entendo que relevantes publicações midiáticas, como a revista *Glamour*, com grandes empresas que existem comandando-as, deveriam assumir a sua responsabilidade social e compreender que as suas escolhas colaboram com a construção e reconstrução de estigmas que inferiorizam diversos grupos, como as mulheres negras. Estar em uma capa de revista é símbolo de status e de aceitação social, logo estar ausente desses espaços tem um peso simbólico gigantesco. Especialmente, porque esses mesmos corpos são ignorados em quase todos os âmbitos da nossa sociedade, sendo a mídia mais uma porta que se fecha e que envia uma mensagem de que ali não é o lugar para essas pessoas e, consequentemente, para todas as que se parecem com elas, inclusive, leitoras da publicação. Por isso, apesar do compromisso fortemente mercadológico de veículos, como a revista *Glamour*, a sociedade precisa entender

.

que eles precisam assumir o seu papel social e cobrar destes uma postura comprometida com a diversidade e com a inclusão dos mais diversos corpos.

Acredito que não podemos deixar de enxergar e nos atentar aos interesses econômicos dos veículos, e como o poder que eles detêm pode ser nocivo, a partir da cooptação de certas pautas e certos corpos. Porém, por outro lado, precisamos entender o potencial que a mídia, especialmente a hegemônica, tem em jogar luz e fazer com que a sociedade em geral se atente a determinadas questões. Por isso, corroboro a ideia do Bruno Deusdará, quando ele versa sobre a ambivalência deste processo de mercantilização das pautas. O autor afirma que:

> Essa ambiguidade aponta um aspecto importante a ser considerado na afirmação das resistências: o desenvolvimento da técnica que possibilita a expansão em escala global da lógica mercantilizante também pode assegurar, por outro lado, condições de existência capazes de viabilizar a ruptura com as forças que o geraram. (DEUSDARÁ, 2012, p. 302)

Como pontuado na introdução deste trabalho, uma das motivações para a escolha desta temática abordada foi a minha própria relação com revistas femininas, desde a pré-adolescência, quando eu não me enxergava nestes espaços de enunciação. E nos últimos anos vemos esse cenário mudar, mesmo que gradualmente e ainda com diversas questões problemáticas a serem resolvidas, como destacamos. Porém, apesar de todos os questionamentos, as mudanças vêm ocorrendo e a mídia, de certa forma, vem acompanhando este movimento, falando mais, por exemplo, sobre questões relacionadas aos cabelos crespos e ao movimento que tantas meninas e mulheres negras vêm passando de transição capilar. Entendo que, dentre tantos fatores, como uma grande articulação dos movimentos negros, a mídia também é uma importante ferramenta neste processo e, por isso, não podemos deixar de cobrar que essa mudança se aprofunde, especialmente no papel de pesquisadoras negras da comunicação e das relações étnico-raciais, buscando promover reflexões, formular críticas e manter-se sempre alerta sobre o uso da diversidade como uma *commodity* neste mercado midiático.

Acreditamos que é importante, ainda, enfatizar que este trabalho teve como foco a análise das capas da revista *Glamour*, espaço enunciativo com características próprias e com uma função importante de publicizar conteúdos selecionados presentes em cada edição para atrair o seu público-alvo. Posto isso, foi relevante entendermos o papel e o poder que essas capas têm de fazer circular determinados sentidos sobre a representação de mulheres negras, e analisarmos quais eram eles e quais discursos reforçam ou rechaçam socialmente. Entretanto, é crucial termos ciência de que caso as análises contemplassem também as matérias presentes em cada número das revistas analisadas, poderíamos ter identificado outros sentidos ou, até

.

mesmo, ter confirmado os que identificamos nas capas da publicação. Julgamos, então, essencial a compreensão desta limitação e que o objetivo desta dissertação se restringiu a um determinado espaço enunciativo, considerando a relevância da sua circulação. Ademais, não buscamos analisar e investigar profundamente individualmente a equipe de produção da publicação, entendendo, assim, a revista *Glamour* como um enunciador genérico e institucional. Além disso, a determinação de uma data limite para o recorte do córpus para as análises, da chegada do título no país, em abril de 2012, até dezembro de 2020, não nos permitiu um aprofundamento em um período significativo de aparente mudança da publicação, que pudemos identificar nos últimos anos que investigamos. Por isso, entendemos que esta continuidade pode ser assumida em futuras pesquisas, para a compreensão de como essas transformações vêm transcorrendo, se foram acentuadas ou se tomaram um outro rumo, e como dialogam com as questões raciais e sociais em debate no país.

.

Referências

ALMEIDA, F. S.; SOUZA, A. M. R.; GIORGI, M. C. *Captação e subversão de práticas intersemióticas: uma análise discursiva no contexto político brasileiro*. MATRAGA. v. 27, p. 413-433, issn: 24466905, 2020.

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

BAKHTIN, Mikhail. *Estética da Criação Verbal*. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes: 2000.

BENTO, Maria Aparecida Silva. *Branquitude e branqueamento no Brasil*. In: Psicologia social do racismo, p. 25-58. Carone, I.; Bento, M. A. S. (Orgs.). Petrópolis: Vozes, 2002.

BERNARDES, M; CORRÊA, L. G. *Quem tem um não tem nenhum*: solidão e sub-representação de pessoas negras na mídia brasileira. In: Vozes negras em Comunicação: Mídia, Racismos e Violência. Belo Horizonte: Autêntica, 2019.

BIROLI, Flávia e MIGUEL, Luiz Felipe. *Feminismo e política: uma introdução.* 1ª edição, São Paulo: Boitempo, 2014.

_____. *Gênero, raça, classe: opressões cruzadas e convergências na reprodução das desigualdades*. Mediações - Revista de Ciências Sociais. Londrina, v. 20, n. 2, p. 27-55, jul./dez. 2015.

BORGES, Rosane. Mídia, racismos e representações do outro: ligeiras reflexões em torno da imagem da mulher negra. In: BORGES, R. C. S.; BORGES, R. (Orgs.). *Mídia e racismo.* Petrópolis: DP et alii, 2012, p. 178-203.

BRAZILIENSE, Correio. *População negra movimenta R$1,7 trilhão no Brasil, revela pesquisa do Instituto Locomotiva*. Disponível em: <https://blogs.correiobraziliense.com.br/servidor/populacao-negra-movimenta-r-17-trilhao-no-brasil-revela-pesquisa-do-instituto-locomotiva/>. Acesso em: 20/06/2021.

_____. *Gênero, raça, classe: opressões cruzadas e convergências na reprodução das desigualdades*. (In) MEDIAÇÕES, LONDRINA, V. 20 N.2, p. 27-55, JUL./DEZ. 2015.

BRASIL, Agência. *Negras são 28% dos brasileiros, mas têm baixa participação política*. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/eleicoes-2020/noticia/2020-10/negras-sao-28-dos-brasileiros-mas-tem-baixa-participacao-politica>. Acesso em: 05/04/2021.

BRASIL, BBC News. *Síndrome de Impostor: O que é e como você pode lidar com ela.* Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/curiosidades-46705305>. Acesos em: 10/06/2021.

BUITONI, Dulcilia. *Revistas femininas: ainda somos as mesmas, como nossas mães*. São Paulo: Revista Communicare, Faculdade Cásper Líbero, v.14, n. 1, 2014.
CARDOSO, Lourenço. *Branquitude acrítica e crítica:* A supremacia racial e o branco anti-racista. Rev.latinoam.cienc.soc.niñez juv [online]. 2010, vol.8, n.1, pp.607-630. ISSN 1692-715X.

.

CARNEIRO, Aparecida Sueli. *A construção do outro como não-ser como fundamento do ser*. 2005.Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.

_____. *Enegrecer o feminismo: a situação da mulher negra na América Latina a partir de uma perspectiva de gênero*. Portal Gelédés, 2011. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/enegrecer-o-feminismo-situacao-da-mulher-negra-na-america-latina-partir-de-uma-perspectiva-de-genero/>. Acesso em: 12/08/2020.

CARRERA, Fernanda. *Roleta interseccional: proposta metodológica para análises em Comunicação*. Revista E-Compós. Brasília, 2020.

CEPAL. *Panorama Social da América Latina 2019. Resumo executivo*. Disponível em: <https://www.cepal.org/pt-br/publicaciones/45090-panorama-social-america-latina-2019-resumo-executivo>. Acesso em: 06/10/ 2020.

COLLINS, Patricia. H. *Pensamento Feminista Negro*. São Paulo. Boitempo, 2019.

_____. Se perdeu na tradução? Feminismo negro, interseccionalidade e política emancipatória. São Paulo: *Revista Parágrafo*, v. 5, n. 1, 2017.

COSTA, Sérgio. *A Construção Sociológica da Raça no Brasil*. Estudos Afro-asiáticos, vol.24, no.1, Rio de Janeiro, 2002.

COURTINE, Jean-Jacques. *Decifrar o corpo: pensar com Foucault*. Petrópolis: Vozes, 2013.

CRENSHAW, Kimberlé. Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero. Revista Estudos Feministas, v. 10, n. 1, p. 171-188, 2002.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. São Paulo: Projeto Periferia, 2003.

DEPUTADOS, Câmara dos. Violência política contra mulheres negras, sintoma de uma sociedade machista e racista. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/comissoes/comissoes-permanentes/clp/noticias/violencia-politica-contra-mulheres-negras-sintoma-de-uma-sociedade-machista-e-racista>. Acesso em: 05/05/2021.

DEUSDARÁ, Bruno. *Discurso e práticas intersemióticas: formas de resistência na contemporaneidade*. Revista Soletras, no. 24. São Gonçalo, 2012.

DEUSDARÁ, Bruno; GIORGI, M. C. *É coisa de preto?? É coisa de branco: um estudo discursivo do racismo na mídia brasileira*. Em: Marcos Luiz Wiedemer. (Org.). Estudos linguísticos contemporâneos: questões e tendências. 1ed.Rio de Janeiro: Editora Autografia Edição e Comunicação Ltda., p. 35-89, 2019.

DEVULSKY, Alessandra, *'O colorismo é o braço articulado do racismo'*. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/entrevistas/o-colorismo-e-o-braco-articulado-do-racismo/>. Acesso em: 08/06/2021.

DOMINGUES, Petrônio José. *Negros de almas brancas? A ideologia do branqueamento no interior da comunidade negra em São Paulo, 1915-1930.* Estudos Afro-Asiáticos, vol.24, no.3, Rio de Janeiro, 2002.

.

EDELMAN. *69% dos brasileiros compram com base no posicionamento das empresas sobre questões sociais*. Disponível em: <https://www.edelman.com.br/estudos/earned-brand-2018>. Acesso em: 09/07/2021.

ELLE, Revista. *Um ano depois do quadradinho preto, o que mudou na moda?*. Disponível em: <https://elle.com.br/amp/um-ano-depois-do-quadradinho-preto-o-que-mudou-na-moda-2653267959?__twitter_impression=true>. Acesso em: 14/06/2021.

ESTUDANTE, Guia do. *Manifestações de junho de 2013: relembre os fatos importantes*. Disponível em: <https://guiadoestudante.abril.com.br/estudo/manifestacoes-de-junho-de-2013-relembre-os-fatos-importantes/>. Acesso em: 06/07/2021.

EXAME, Revista. *Black Lives Matter, o rumo incerto do grande movimento antirracista*. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/internacional/2020-09-07/black-lives-matter-o-rumo-incerto-do-grande-movimento-antirracista.html>. Acesso em: 04/01/2021.

_____. *Melhores e Maiores 2020: Globo*. Disponível em: <https://mm.exame.com/globo/>. Acesso em: 30/04/2021.

FANON, FRANTZ. *Pele negra máscaras brancas*. Tradução de Renato da Silveira. Salvador: Edufba, 2008.

_____. *Racismo e Cultura*. In: Revolução Africana: Uma antologia do pensamento marxista. Jones Manoel; Gabriel Landi (orgs.). Autonomia Literária, 2020.

FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade: a vontade de saber*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.

FREYRE, Gilberto. *Casa Grande e Senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal*. Recife: Fundação Gilberto Freyre, Global Editora, 48ª edição, 2003.

GEOGRAPHIC, National. *Quem eram os Mouros?*. Disponível em: <https://www.natgeo.pt/historia/2019/12/quem-eram-os-mouros>. Acesso em: 10/06/2021.

G1, Portal. *Na mesma profissão, homem branco chega a ganhar mais que o dobro que mulher negra, diz estudo*. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/concursos-e-emprego/noticia/2020/09/15/na-mesma-profissao-homem-branco-chega-a-ganhar-mais-que-o-dobro-da-mulher-negra-diz-estudo.ghtml>. Acesso em: 08/04/2021.

GLAMOUR, Revista. *Expediente*. Disponível em: <https://revistaglamour.globo.com/Expediente/noticia/2020/06/expediente.html>. Acesso em: 20/04/2021.

GLAMOUR, Revista. *Assine Glamour*. Disponível em: <https://www.assineglobo.com.br/produtos/glamour/GL/>. Acesso em: 01/06/2021.

.

GUIMARÃES, Antônio Sérgio Alfredo. *Cor e raça: raça, cor e outros conceitos analíticos*. In: PINHO, AO.; SANSONE, L., orgs. Raça: novas perspectivas antropológicas [online]. 2nd ed. rev. Salvador: EDUFBA, 2008, pp. 63-82. ISBN 978-85-232-1225-4.

GOMES, Nilma. *Alguns termos e conceitos presentes no debate sobre relações raciais no Brasil: uma breve discussão*. In: Educação anti-racista: Caminhos Abertos pela lei 10.639. – Brasília: Ministério da Educação. Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade, 2005.

_____. Sem perder a raiz: corpo e cabelo como símbolo da identidade negra. 3ª ed. rev. amp. -- Belo Horizonte: Autêntica Editora, Coleção Cultura Negra e Identidades, 2019.

GONZALEZ, Lélia. 2011. *Por um feminismo afro-latino-americano*. In: Caderno de formação política do Círculo Palmarino, n.01, Batalha de Ideias, 2011. Disponível em:https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/271077/mod_resource/content/1/Por%20um%20feminismo%20Afro-latino-americano.pdf. Acesso em: 29/01/2021.

HALL, Stuart. "Quem precisa de identidade?". In: SILVA, T. T. (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais*. Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

_____. *Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais*. Liv Sovik (org). Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da Unesco no Brasil, 2003.

_____. *A identidade cultural na pós-modernidade.* 11ª Edição, DP&A Editora, Rio de Janeiro, 2006.

_____. Raça, o significante flutuante. Rio de Janeiro. *Revista Z Cultural*, n.2, ano 8, 2015.

_____. *Cultura e Representação*. PUC-Rio: Apicuri. Rio de Janeiro, Brasil, 2016.

HOFF, Tânia M. C. et al. O corpo imaginado na publicidade**.** São Paulo: *Cadernos de Pesquisa – ESPM*, vol. 1, n. 1, 2005.

hooks, bell. Intelectuais negras. In: *Revista Estudos Feministas*. Ano 3, 2º sem. 1995.

_____. *O feminismo é para todo mundo - Políticas arrebatadoras*. Ed. Rosa dos Tempos, 1 . Rio de Janeiro, 2018.

_____. Olhares Negros: Raça e Representação. São Paulo: Elefante, 2019.

IANNI, Octávio. *Raças e classes sociais no Brasil*. São Paulo: Editora Brasiliense, 3º Ed, 1987.

_____. *Dialética das Relações Raciais*. Estudos Avançados. 18 (50), 2004.

IG, Portal. *Apenas 8% das mulheres negras no Brasil ocupam cargos de liderança*. Disponível em: <https://economia.ig.com.br/2020-10-28/apenas-8-das-mulheres-negras-no-brasil-ocupam-cargos-de-lideranca.html>. Acesso em: 05/04/2021.

.

KILOMBA, Grada. *Memórias da plantação: episódios de racismo cotidiano*. Rio de Janeiro: Editora Cobogó, 2019.

MAESO, Silvia Rodríguez. *O negro como não ser a branquitude:* Em diálogo com a obra de Frantz Fanon e os desafios da luta. In: Direitos humanos, saúde mental e racismo: diálogos à luz do pensamento de Frantz Fanon. Orgs: MAGNO, PC; GOUVEIA, R. Rio de Janeiro, Defensoria Pública do Estado do Rio de Janeiro, 2020, p. 240-256. ISBN 9786586548075.

MAINGUENEAU, Dominique. *Termos-chave da Análise do Discurso.* Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

_____. *Gênese dos discursos*. São Paulo: Parábola, 2008.

_____. *Análise de textos de comunicação*. 6 ed. ampl. São Paulo: Cortez, 2013.

_____. *Discurso e análise do discurso.* São Paulo: Parábola, 2015.

MARIE, Claire. *Camila Pitanga fala sobre sua negritude: "Dava um nó na cabeça das pessoas"*. Disponível em: <https://revistamarieclaire.globo.com/TV-Marie-Claire/noticia/2019/07/camila-pitanga-fala-sobre-sua-negritude-dava-um-no-na-cabeca-das-pessoas.html>. Acesso em: 09/07/2021.

MBEMBE, Achille. *Crítica da razão negra*. Trad. Marta Lança. Lisboa: Antígona, 2014.

_____. *Necropolítica*. 3. ed. São Paulo: n-1 edições, 2018.

MEIO & MENSAGEM. *Taís Araújo: "Não posso ser a primeira e única negra".* Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2019/11/29/tais-araujo-nao-posso-ser-a-primeira-e-unica-negra.html). Acesso em: 07/06/2021.

MÍDIA KIT. Glamour 2017. Disponível em: <https://issuu.com/lahpradoo/docs/gl_midiakit_2017>. Acesso em: 01/06/2021.

MÍDIA KIT. Glamour 2018. Disponível em: <https://docplayer.com.br/109012160-A-glamour-e-um-chacoalhao-de-atitude-no-mercado-paula-merlo.html>. Acesso em: 02/07/2021.

MÍDIA KIT. Glamour 2019. Disponível em: <https://irp-cdn.multiscreensite.com/43f3dabf/files/uploaded/GL_MIDIAKIT_2019.pdf>. Acesso em: 10/08/2020.

MÍDIA KIT. Glamour 2021. Disponível em: <https://www.condenast.com/brands/glamour/#Brazil>. Acesso em: 01/06/2021.

MIGNOLO, Walter D. *Desobediência epistêmica: A opção descolonial e o significado de identidade em política*. Cadernos de Letras da UFF – Dossiê: Literatura, língua e identidade, no 34, p. 287-324, 2008.

MUNANGA, Kabengele. *Rediscutindo a mestiçagem no Brasil: Identidade nacional versus identidade negra*. Petrópolis: Editora Vozes, 1999.

.

_____. *Uma abordagem conceitual das noções de raça, racismo, identidade e etnia*. In: Programa de educação sobre o negro na sociedade brasileira [S.l: s.n.], 2004.

NASCIMENTO, Gabriel. *Racismo linguístico: os subterrâneos da linguagem e do racismo*. Belo Horizonte: Editora Letramento, 2019.

NOGUEIRA, Oracy. *Preconceito Racial de Marca e Preconceito Racial de Origem*. Tempo Social, revista de sociologia da USP, v. 19, n. 1, 2006, p. 287-308.

O GLOBO, Jornal. *Trança feia e trança bonita: entenda a polêmica envolvendo cabelos, racismo e a busca do Google Imagens*. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/celina/tranca-feia-tranca-bonita-entenda-polemica-envolvendo-cabelos-racismo-a-busca-do-google-imagens-23776462>. Acesso em: 11/06/2021.

_____. *Você sabe o que é 'tokenismo'? Fique atento ao marketing da falsa inclusão racial*. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/celina/voce-sabe-que-tokenismo-fique-atento-ao-marketing-da-falsa-inclusao-racial-24083765>. Acesso em: 24/08/2021.

OLIVEIRA, Dennis de. Etnomídia: a construção de uma paisagem étnica na linguagem midiática In: BATISTA. L. L.; LEITE, F. (Orgs.). *O negro nos espaços publicitários brasileiros*: perspectivas contemporâneas em diálogo. Universidade de São Paulo. Escola de Comunicações e Artes. São Paulo, 2011, p. 25-40.

PAÍS, El. *Black Lives Matter, o rumo incerto do grande movimento antirracista*. Disponível em <https://brasil.elpais.com/internacional/2020-09-07/black-lives-matter-o-rumo-incerto-do-grande-movimento-antirracista.html>. Acesso em: 04/01/2021.

PERNAMBUCO, Folha de. *Brancos ainda são 78% dos representados em anúncios*. Disponível em: <https://www.folhape.com.br/economia/brancos-ainda-sao-78-dos-representados-em-anuncios/131014/>. Acesso em: 20/06/2021.

PLANALTO, Palácio do. *Lei nº 10.639, de 9 de janeiro de 2003*. Disponível em: <planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10.639.htm>. Acesso em: 30/06/2021.

QUIJANO, Anibal. *Colonialidade do poder e classificação social*. In: SANTOS, Boaventura de Sousa; MENESES, Maria Paula (orgs). Epistemologias do Sul. 2009.

ROCHA, Décio. Representação e intervenção: produção de subjetividade na linguagem. *Gragoatá*. Niterói, n. 21, p. 355-372, 2. sem. 2006.

_____. *Cartografias em análise do discurso: rearticulando as noções de gênero e cenografia*. Delta, vol. 29 no. 1, São Paulo, 2013.

SANTOS, João B. N. dos. *O negro representado na revista Raça Brasil: a estratégia de identidade na mídia étnica*. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2004.

SANTOS, Neusa. *Tornar-se Negro*. Rio de Janeiro: Editora Graal, 1983.

.

SANTOS, S. S., FEIJO, L. P., FARIAS, T. M., & POLETTO, M. Parecer Branco para não Ser Discriminado? Revisão Sistemática sobre Estratégias de Embranquecimento. PSI UNISC, 4(2), 114-130, 2020. doi: 10.17058/psiunisc.v4i2.14829.

SANTOS, Sônia. B. dos. Feminismo negro diaspórico. Niterói, *Revista Gênero*, v. 8, n. 1, p. 11-26, 2 sem. 2007.

SCALZO, Marília. *Jornalismo de Revista*. São Paulo: Contexto, 2003.

SODRÉ, Muniz. Por um conceito de minoria. In: PAIVA, R.; BARBALHO, A. (Orgs.). *Comunicação e Cultura das Minorias*. São Paulo: Paulus, 1º ed., v. 1, 2005.

_____. *Uma lógica perversa de lugar*. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Dossiê Racismo, v. 21, n. 3, 2018. Disponível em: <https://172.104.9.137/eco_pos/article/view/22524/12624>. Acesso em: 16/05/2021.

TRINDADE. Azoilda Loretto da. *A formação da imagem da mulher negra na mídia*. Rio de Janeiro: Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), 2005.

UNIVERSA. *No Brasil, 68% das mulheres assassinadas são negras, diz Atlas da Violência.* Disponível em: <uol.com.br/universa/noticias/redacao/2020/08/27/68-das-mulheres-assassinadas-no-brasil-sao-negras-diz-ipea.htm>. Acesso em: 05/04/2021.

UOL, Portal. *O que é a afroconveniência e porque ela é tão discutida nas eleições*. Disponível em <https://tab.uol.com.br/noticias/redacao/2020/10/28/o-que-e-a-afroconveniencia-e-por-que-ela-e-tao-discutida-nas-eleicoes.htm>. Acesso em: 04/02/2021.

_____.. *Lei de Cotas*. Disponível em: <https://vestibular.mundoeducacao.uol.com.br/cotas/lei-cotas-entenda-como-funciona.htm>. Acesso em: 30/06/3021.

_____. *Você sabe se é rico ou pobre? Descubra se pertence à classe A, B ou C*. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/colunas/econoweek/2020/09/25/classe-a-b-ou-c.htm>. Acesso em: 01/07/2021.

VIANA, Elizabeth. Lélia Gonzalez e outras mulheres: Pensamento feminista negro, antirracismo e antissexismo. Minas Gerais: *Revista da ABPN*, v. 1, n. 1 - mar-jun de 2010.

.