

A Construção identitária e as representações da mulher negra na revista ELLE Brasil

Ana Luiza Pereira Costa

Diva Souza Silva

Introdução

Analisar como as mulheres negras são mencionadas pelas revistas femininas vai além da discussão sobre padrões de beleza. Isso porque, essas mídias também são espaços de representações que disseminam significados. Compreendemos que o corpo também é um terreno social e subjetivamente conflituoso Gomes (2006), e mesmo vivendo em um período onde teoricamente independente da raça todos possuímos os mesmos direitos, ainda somos cercados por uma visão social estereotipada da história, que cria lógicas na qual a figura do branco é tomada como “superior” em relação ao “negro” Silva (2016).

A intersecção entre gênero e raça duplicam a luta das mulheres negras dentro dos espaços de (re)significação de identidades. Ribeiro(2017) aponta essas especificidades, colocando que além de serem segregadas socialmente por serem mulheres, elas ainda experimentam do racismo. A pesquisa propõe compreen-

der como as representações feitas pela revista ELLE Brasil pode afetar nos discurso de identidade das mulheres negras. Saber se de fato ao levantar bandeira como uma revista que defende e aborda assunto pró- feministas, o veículo trata, ou não, do feminismo como sendo plural e diversificado. Em específico, analisaremos as abordagens que a revista utiliza em seus textos ao tratar sobre mulheres negras.

Durante a construção deste artigo foram utilizados os método de pesquisa descritiva, com análise bibliográfica e documental. Como também, leituras de artigos científicos e livros já publicados que trazem discussão como: feminismo negro; identidade; revistas femininas e revista ELLE Brasil. Na pesquisa documental, com a pretensão de analisar as matérias jornalísticas atuais publicadas pela revista ELLE Brasil, foram analisadas as edições referentes aos meses de Fevereiro; Março; Abril; Maio; Junho, Julho e Agosto, todas de 2018.

A importância dessa pesquisa está em encarar que de fato as mídias estão se atentando para questões raciais, de maneira contrária ao que faziam antes. Estão buscando uma proximidade e uma identificação com esses discursos. Contudo, ainda devemos manter uma postura crítica a essas representação. Sobretudo, o artigo questiona se de fato as mulheres negras estão sendo protagonistas nesse processo de construção de identidade.

Processo de identidade do “ser mulher negra” e as representações pela mídia

Para entender quais as representações que a revista constrói sobre as mulheres negras, iremos primeiramente compreender os processos históricos de construções de identidades que contribuiu para que elas assumissem determinados papéis sociais.

Ou seja, algumas das construções sociais e históricas que influenciaram na concepção do “ser negra”. Ao referir sobre o conceito de identidade no pós-modernismo, Hall(2005) coloca que as identidades que antes eram unificadas e estável estão se fragmentando, ou seja, não é possível compreender um indivíduo a partir de apenas uma única construção de identidade. Para entender o nosso sujeito de estudo, passamos pela compreensão de identidade a partir da relação entre raça e gênero.

Identities a partir da intersecção entre gênero e raça

Para pensar na construção de identidades a partir do conceito de raça, Silva (2016) coloca que as configurações culturais começou antes mesmo da escravidão, no caminho do transatlântico. De acordo com essa autora, o contato com outras culturas e com os colonizadores fez com que os povos africanos assumissem outras identidades. Deixando de lado uma identificação puramente nacional ou natal, e dando lugar às novas configurações identitárias, baseadas na negociação entre colonizador e colonizado. Dessa forma, podemos considerar que não basta um olhar puramente local ao tratar dos povos afro brasileiros, já que essa identidade partiu de uma negociação também com uma cultura ancestral.

A partir desse ponto de vista não há como conceber as identidades negras de maneira única ou marcada pela ideia de pureza, como se existissem caracteres vernáculos do ser negro, mas atentar-se para o caráter híbrido, no qual a cultura negra vai sendo constituída em uma relação estabelecida com a cultura local. (SILVA, 2013, p. 15)

Ao se referir a respeito das marcações de gênero, Lima (2013) considera que as questões sociais que as mulheres negras são submetidas é diferente das mulheres não negras. Perante a sociedade, essas mulheres sofrem uma dupla violência, uma pelo gênero e outra racial. Ela ainda coloca que essa marcação quando interseccionadas em determinados contextos produzem desigualdades, sendo também determinante na exclusão ou inclusão dos sujeitos.

Apesar dessas intersecções identitárias pré-determinarem um lugar comum que essas mulheres assumem socialmente. Existe ainda um processo particular de cada indivíduo, que também deve ser considerado. Outros fatores como sociais e econômicos também se interseccionam.

A produção da auto identificação racial ou de gênero não perpassa somente com a categorização de si que se estabelece a partir da identificação com o outro, mas, também, pela construção de si que se estabelece a partir da construção e escolha que o autor social faz da sua identidade, a partir da sua trajetória de vida e do seu processo de individualização. (LIMA, 2013, p. .7)

Essas conceitualizações, nos auxiliam a compreender que as identidades das mulheres negras são híbridas, portanto, suas pautas e reivindicações são específicas. É, por isso, que ao buscar representar essas mulheres, entendemos que a revista ELLE Brasil deve apresentar em seus textos a compreensão dessas identidades marcadas pela intersecção de raça e gênero. Assim como, a colocação social que a mulher negra assume a partir dessa identidade.

A representatividade e a sua relevância nos processos de construções de identidades

Neste tópico, pretendo fazer uma breve reflexão do papel das mídias ao propor criar representações. Sobretudo, buscando uma ligação entre a influência das representações na construção de identidades. Como já abordamos no tópico anterior, a identidade não parte de um processo individual. Como teoriza Quartiero; Coutinho (2009, p.51) “A identidade ‘eu postulado’ está relacionada às heranças sociais, culturais e definições anteriores ao indivíduo”.

Por sua vez, a “Representação, no seu sentido pleno, implica conotação, ou seja, as relações ampliadas, sugestões significativas, emocionais, valores, avaliações, ou atributos associados aos objetos denotados”. Soares (2007, p.6)

Em seu artigo sobre A Representações da Cultura Midiática, Soares (2007) aponta a mídia como um dos principais agentes nesse processo de propagar representações, sejam de forma discursiva ou imagética. De forma sutil, invisível, ao ponto de parecerem ingênuas, contudo, de acordo com o autor, essas representações são intencionais.

Representações mediáticas fazem parte do ambiente cultural em que se dão o pensamento, julgamento e ação dos seres humanos. Embora haja outras agências de produção de representações, como a escola, a ciência, o sindicato, para a maioria das pessoas, os meios são os provedores primordiais de representações sobre o estado da sociedade, da política, dos costumes, dos valores. Sua análise é, portanto, necessária, para afastar uma leitura ingênua dos meios, introduzindo o distanciamento e a criticidade nas audiências. (SOARES, 2007,p.11)

Fazendo uma ligação da influência dessas representações nas identidades, pontuamos que as representações são sistemas que informam aos sujeitos as possibilidades de elementos para a construção identitária Silva (2016). A autora, ainda considera que quem possui esses meios de representações é que, de certa forma, podem definir quais serão os modelos a serem adotados.

Conforme indica a teoria dos modos de endereçamento “A identificação com um determinado personagem pode significar que o espectador acredita ser como aquele adolescente ou adulto representado ou deseje ser como ele”. Coutinho;Quartiero (2009, p.51).

Há intenções que permeiam os programas de forma invisível, calcando a escolha das imagens, dos personagens, das histórias, da estética, criando uma estrutura narrativa que nos parece natural ou aleatória, mas que vai traçar modos de endereçamento a um destino final, o destino “certo”. (COUTINHO; QUARTIERO, 2009, p.58)

Dentro desta perspectiva, podemos considerar a relevância de uma leitura crítica do discurso de representação da revista ELLE Brasil. Sobretudo, porque essas formas de representações corroboram para a manutenção de representações sociais, quando tratamos de minorias, como é o caso das mulheres negras. Como referendado por Roso et al (2002) é quase imperceptível a forma que às práticas veiculadas nos meios de comunicação age sobre nossa consciência, criando resenções e transformando relações.

Mulheres negras na revista ELLE Brasil

A escolha por analisar a ELLE Brasil partiu por enxergar um potencial de relevância da revista dentre as demais. Foi pioneira ao ser uma das primeiras revistas a tratar de temas como liberdades individuais, diversidade, feminismo e a se posicionar sobre questões de gênero.

A ELLE é uma revista a nível mundial, nasceu no ambiente pós- guerra em 1945 na França, fundada pelo casal Hélène Gordon e Pierre Lazareff. A revista tem mais de 70 anos e está presente em mais de 60 países Os leitores em sua maioria (87%) são mulheres de 20 a 59 anos das Classes A e B.

A edição francesa foi responsável por lançar para o mundo o fenômeno Brigitte Bardot aos 18 anos, a atriz ícone influenciou a estética do final dos anos 1950 e início da década de 1960 . Além de, impor o estilo de Coco Chanel, responsável por pensar em um novo estilo de vestir para as mulheres dinâmicas e trabalhadoras.

Por esses motivos, a revista tornou-se referência, uma das principais do mundo, inclusive, por abordar assuntos relacionados a movimentos feministas. Em datas especiais, como a comemoração dos 60 anos, a ELLE lançou uma edição que tinha em seu interior 400 páginas, abordando a principal conquista feminina, até a data. Na comemoração dos 70 anos, a revista expôs na Avenida Champs-Élysées em Paris 25 capas que foram escolhidas dentre todas até então publicadas. As capas representam importantes momentos de conquistas femininas. A primeira edição brasileira foi lançada em 1986 pelo Grupo Abril. A edição trouxe em sua capa a predominância das cores verde e amarelo. Em edição especial dos 27 anos com a hashtag “VocênaCapa” a revista inovou ao criar uma capa com papel espelhado, sugerindo que o próprio leitor pudesse se enxergar na revista, além de, escolher modelos fora dos “padrões de beleza” vistos geralmente nas capas. No dia 6 de Agosto de 2018, a editora abril comunicou o encerramento da revista ELLE Brasil.

Diante desta trajetória, marcada por inserir pautas que dialogam com questões sociais . Foram analisadas sete edições da revista, referentes aos meses: Fevereiro; Março; Abril; Maio; Junho; Julho e Agosto, todas de 2018. Foram analisados textos que tratavam especificamente sobre textos e imagens específicos ou com recortes sobre a temática a respeito das mulheres negras.

Estratégias Discursivas Utilizadas para Criar Representação das Mulheres Negras

1.1. Lugar de Fala e Influência

Em todas as edições analisadas há um artigo de opinião escrito pela filósofa Djamila Ribeiro, os textos aparecem em diferentes editoriais, a depender do assunto abordado. Ela é uma das principais pensadoras e teóricas sobre feminismo negro no cenário contemporâneo brasileiro. Autora de livros como

“Lugar de Fala” (2017) e “Quem tem medo do feminismo negro?” (2018). Em sua coluna fixa para a ELLE Brasil trata sobre temas gerais relacionado à mulher, sobretudo, sempre direcionando os olhares às pautas específicas das mulheres negras.

Na edição do mês de Março de 2018, a revista abordou questões sobre a temática de diversidade, especialmente, assuntos sobre mulheres negras. A temática foi em consideração ao mês que se comemora o dia internacional da mulher. Nesta edição, a revista contou com Djamila Ribeiro como editora convidada, de acordo com a revista (ELLE Brasil, 2018, p. 36) a filósofa foi convidada para que com seu olhar único pudesse orientar a construção de cada edição.

A relevância desse espaço dado para Djamila Ribeiro está ancorados, principalmente, em dois princípios defendidos pelo próprio movimento de mulheres negras, a “representatividade” e “lugar de fala”.

A reivindicação desse lugar de fala parte da premissa que elas têm a capacidade de serem protagonistas das suas histórias. Embora, elas não são as únicas que podem teorizar sobre suas causas, de acordo com a autora referida, elas são as únicas que podem fazer com que outras negras se sintam de fato representadas.

A própria Ribeiro (2017), aponta em seu livro “Lugar de Fala” que não falta relevância em um homem branco abordar e teorizar assuntos relacionados aos negros, contudo, o que ele diz tem relevância a partir do grupo social ao qual ele está inserido socialmente

Um dos equívocos mais recorrentes que vemos acontecer é a confusão entre lugar de fala e representatividade. Uma travesti negra pode não se sentir representada por um homem branco cis, mas esse homem branco cis pode teorizar sobre a realidade das pessoas trans e travestis a partir do lugar que ele ocupa. Acreditamos que não pode haver essa desresponsabilidade do sujeito do poder. (RIBEIRO, 2017, p.83)

Um outro fator que torna relevante e considerável a posição da revista é o lugar de notoriedade e influência que Djamila Ribeiro assume. Pois não estar nesses lugares, é também não ter produções e epistemologias desses grupos, refe-

renda Ribeiro (2017). Assim compreendemos que, estando nas mídias, essas mulheres conseguem produzir conteúdos que digam sobre suas necessidades e histórias.

As ações e as produções teóricas que emergem a partir desse movimento, encabeçados por essas feministas negras, dão suporte para que se propaguem novas formas de compreender as mulheres negras como sujeitos de direitos e sujeitos capazes de construir suas próprias pautas de reivindicações bem como suas próprias histórias. (LIMA, 2013,p. 11)

Entre a luta do feminismo negro também está à busca pela ocupação desses espaços de notoriedade, de alcance e diálogo com a sociedade.

Isso demonstra que o percurso percorrido por elas foi longo e árduo, no entanto, eficaz visto que têm lhes garantido a construção de espaço na sociedade, e, sobretudo, influenciado o pensamento social com relação ao enfrentamento do preconceito racial (Santos, 2015,p. 14).

O conceito apresentado por Santos nos faz compreender que a presença de Djamila como colunista na revista ELLE Brasil também legitima a presença de mulheres negras na produção intelectual e de influência, sobretudo, quando o assunto é a sua identidade. Ao fazer uma revista temática, abordando principalmente questões relacionadas às mulheres negras, foi perceptível a compreensão de que para ter coerência e legitimidade nas representações discursivas e imagéticas era necessário o acompanhamento de uma mulher negra. A edição retratou a identidade dos negros principalmente a partir do resgate cultural.

1.2 Resgate da identidade por Meio de Representações Culturais

Seja na editoria moda; beleza; estilo ou dentre outras, na maioria das reportagens que abordam sobre mulheres e homens negros a revista faz um resgate histórico e cultural. Como abordado em tópicos anteriores, as construções de identidades dos afro-brasileiros, assim como, acabou perdendo a “pureza” da identidade nacional a partir do processo da diáspora. “A adoção da cultura

nacional promoveram com intensidade o apagamento das diferentes culturas africanas” Prandi (2000, p.5).

Ao referir- sobre tranças; acessórios; séries; roupas; desfiles e artes a ELLE Brasil faz representações históricas sobre a importância dos produtos ou conteúdos para a construção identitária dos negros.

Logo após à escravidão, de acordo com o autor supracitado, na tentativa de integrar à cultura brasileira, a população negra se distanciou da sua cultura.

Uma das únicas tradições preservadas foi a religião. No Brasil, o candomblé era o valor cultural que demarcava os afro-brasileiros entre os demais negros da América Latina Pranti (2000). Como mencionado no tópico anterior, a edição do mês de Março faz uma representação da identidade de negros e negras a partir do resgate cultural. Nas sessões fotográficas, a revista junto com babalorixá e antropólogo, a revista faz releituras de orixás do candomblé.

Neste sentido, considerando as colocações sobre a propositividade da mídia ao inserir essas representações. Podemos inferir que ao fazer essas associações, a ELLE Brasil pretendeu quebrar estigmas sobre as religiões de matrizes africanas, e estimular a relevância das representações religiosas nesse processo de resgate à identidade dos povos negros.

Outra manifestação cultural representada na revista foram a respeito das marcas e estilos de vida que envolvem o *hip-hop*. A revista trabalhou com o conceito de que essa moda e estilo de vida estão associados a instrumentos de manifestações políticas e afirmação de identidade.

1.3 Representações e Associações Acerca das Posições Sociais que as Mulheres Negras Assumem nas reportagens

Como discutido em tópicos anteriores, são as representações que dão aos sujeitos as possibilidades de elementos para a construção identitária. Ou seja, é importante para as mulheres negras se vejam representadas em papéis que fujam do estereótipo social que existem a respeito de seus corpos e intelectos, já que algumas das representações utilizadas pela mídia ainda reforçam relações de domínio e exclusão. Por isso, vamos nos ater neste tópico a ana-

lisar as associações que a revista ELLE Brasil faz em seus textos que tratam sobre mulheres negras.

Ao tratar sobre padrões de beleza, a revista sempre faz críticas à concepção de beleza existente na sociedade. Além disso, em seus textos, convidam as mulheres negras a uma reflexão sobre empoderamento como forma de auto aceitação e posicionamento político. Apresentando críticas sobre a cultura carregada de estigmas e sexualização a respeito dos corpos das mulheres negras.

No intuito de apresentar modelos a serem seguidos, a revista apresenta mulheres referente no cenário artístico, como é o caso das cantoras: Rihanna; Beyoncé; Alcione e Iza, que aparecem com frequência nas edições analisadas. Essas cantoras são conhecidas por sempre referenciar em suas músicas e em discursos, à cultura afro, o empoderamento da mulher negra e a auto-aceitação.

As representações não ficam só no campo da música, em algumas matérias a revista conta histórias de mulheres negras escritoras, empreendedoras e artistas. Sempre com o cuidado ao relacionar as histórias dessas mulheres com o contexto de relevância e ocupação destes espaços por negros.

Contudo, iremos fazer um contraponto, analisando um momento em que a revista pecou ao reforçar um estereótipo social. Ao fazer referência à um desfile, cujo o tema era sobre “drogas” a revista colocou em evidência fotos de homens negros, modelos da marca.

Considerações Finais

A princípio a pesquisa propôs analisar o discurso feminista que a revista ELLE Brasil sempre colocou como um dos seus diferenciais dentre as demais revistas de moda e comportamento. O intuito era descobrir se o feminismo defendido pela revista realmente se direcionava à todas as mulheres. A hipótese inicial era que o feminismo abordado, era singular, tratava sobre mulheres brancas, sem levar em considerações as questões raciais.

Para compreender a relevância que existe em analisar o discurso feminista em uma revista de moda/comportamento, levantamos questões sobre “identidade” e “representatividade” e observamos o quanto a mídia corrobora no processo de construção de identidades.

Ao contrário do que acreditamos antes de dar início à pesquisa, a ELLE Brasil se mostrou consciente sobre a necessidade de tratar a intersecção entre gênero e raça, além disso, deu espaços para que esses sujeitos ocupassem o lugar de fala sobre suas próprias identidades. Contudo, a revista deslizou ao fazer associações que reforçaram estereótipos. Embora, parecesse uma situação de descuido, como nós mesmos apresentamos, o processo de representação não é um acaso, pelo contrário, é planejado e gera efeitos sobre o receptor.

Contudo, reconhecemos que esse é também o grande o grande desafio de todas as mídias, representar de uma maneira a não reforçar o estereótipo social.

Referências

COUTINHO,L; QUARTIERO, E. *Cultura, mídia e identidade na Pós-modernidade*. PERSPECTIVA, Florianópolis, v.27, n. 1, 47-68, jan/jun.2009.

PRANDI, R. *De africano a afro-brasileiro: etnia, identidade, religião*. REVISTA USP, São Paulo, n.46, p. 52-65, junho/agosto 2000. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/11006473-De-africano-a-afro-brasileiro-etnia-identidade-religiao.html/>>. Acesso em: 08 de out. 2018.

DIAS, Kadu. *Mundos das Marca: ELLE*. Disponível em: <<http://mundodasmarcas.blogspot.com.br/2006/05/elle-o-prestgio-da-moda.html/>> Acesso em : 15 de Abril de 2018

HALL,S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 10.ed. Rio de Janeiro: DP&A,2005.

LIMA, Ana Neri Correia. *MULHERES MILITANTES NEGRAS: a interseccionalidade de gênero e raça na produção das identidades contemporâneas*. 2013. 15 f. Artigo (Pós-graduação em ciências sociais)- Universidade Federal do Maranhão, São Luís-MA, 2013.

RIBEIRO, D. *O que é lugar de fala?* Belo Horizonte (MG):Letramento,2017.

ROSO, A... “Cultura e ideologia: a mídia revelando estereótipos raciais de gênero”. *Psicologia & Sociedade*; 14 (2): 74-94; jul./dez.2002.

SANTOS, E.H. *Mulheres Negras Intelectuais*. 2015. 52 f. Monografia (Licenciatura Plena em História) - Universidade Estadual da Paraíba, Guarabira -PB, 2015.

SILVA, Érika Costa. *NEGRA SOU! POLÍTICAS DE AÇÕES AFIRMATIVAS E TRAJETÓRIAS DE IDENTIDADE DE MULHERES NEGRAS NA UFG*. 2016. 71 f. monografia (Bacharel em Ciências Sociais com habilitação em políticas públicas)- Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2016.

SILVEIRA, Caroline. A História e o Estilo de Coco Chanel . Disponível em <https://www.westwing.com.br/magazin/lifestyle/historia-e-o-estilo-de-coco-chanel/> > Acesso em: 15 de Abril de 2018.

SOARES,M.C. *Representações da cultura mediática: para a crítica de um conceito primordial*. In:ENCONTRO DA COMPÓS, 16. 2007, Curitiba, PR: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação,2007. Grupos de Trabalho Cultura das Mídias

VANCONCELLOS, Nuta. *ELLE Brasil a Primeira Revista Nacional a Entender a Necessidade de Mudar o Jeito de Falar de Moda*. Disponível em < <http://www.gwsmag.com/elle-brasil-a-primeira- revista-nacional-a-entender-a-necessidade-de-mudar-o-jeito-de-falar-de-moda/>. Acesso em: 15 de Abril de 2018.

Sobre as autoras

Autora: Ana Luiza Pereira Costa

Reside na cidade de Uberlândia-MG onde cursa o 6° período do curso de jornalismo na Universidade Federal de Uberlândia. Integrante do PET Conexões dos Saberes -Educomunicação. email:luizapcostta@gmail.com

Coautora: Diva Souza Silva

Graduada em Pedagogia (1995). Mestre em Comunicação Social - UMESSP (2002). Doutora em Educação - UFMG (2010). Professora Adjunto - Universidade Federal de Uberlândia - UFU (2011). Experiência na área de Formação de Professores, Didática, Gestão Educacional, Educação a Distância, Educação Matemática, TICs, Interação e Interatividade, e Metodologias. Pesquisas na área de Saberes docentes, Formação de Professores e EaD.Tutora do PET Conexão de Saberes - Educomunicação. email: divasilva.73@gmail.com.