



A REPRESENTATIVIDADE ÉTNICA NEGRA NA REVISTA *VOGUE* BRASIL: UMA ANÁLISE COMPARATIVA (2009-2012 E 2013-2016)

Doi: 10.4025/8cih.pphuem.3454

Ana Caroline Siqueira Martins, UEM

Resumo

Na contemporaneidade, nota-se que a moda, assim como a indústria editorial de moda, assume importância no contexto social, sendo uma mídia que atua fortemente influenciando comportamentos, padrões estéticos e construções de identidades. Nessa perspectiva, a revista *Vogue*, criada em 1892 nos Estados Unidos e lançada no Brasil em 1975 se apresenta como determinante nos ditames de moda e beleza nacionais. O presente artigo objetiva fazer uma análise comparativa da atuação da revista *Vogue* Brasil nos últimos oito anos, no que tange a representatividade étnica negra em suas capas, durante os períodos de 2009 a 2012, e de 2013 a 2016, de modo a ponderar como a mesma tem se posicionado com relação a esse tema. Para tanto, além da pesquisa bibliográfica, foi realizada uma pesquisa exploratória de 96 capas da revista *Vogue* Brasil correspondentes aos anos investigados. A pesquisa verificou que nas edições do primeiro período (2009-2012) a porcentagem de modelos negras nas capas foi de 6,25%, (3 das 48 capas analisadas), enquanto nas edições de 2013 a 2016 (segundo período estudado), a porcentagem foi de 10,4%, ou seja, apenas 5 das 48 capas analisadas. Ainda que, diferentemente das edições de 2009-2012, nas aparições do segundo período, os traços físicos como o cabelo crespo, por exemplo, são, por vezes, evidenciados. Deste modo, considerou-se que apesar do pequeno aumento na presença de modelos negras na revista, a representação étnica continua irrisória, visto que o percentual de mulheres negras no país é de 48,5%, praticamente metade de população feminina.

Palavras Chave:

Vogue Brasil;
Representatividade;
Modelos; Negras.

Introdução

“A moda é o espelho da história” afirmou Luís XIV, referindo-se a importância do fenômeno como reflexo dos acontecimentos e valores histórico/sociais. Na contemporaneidade, nota-se que a moda, assim como a indústria editorial de moda, assume importância no contexto social, sendo uma mídia que atua fortemente influenciando comportamentos. Quanto à difusão dos conceitos de moda, a revista *Vogue* teve e tem grande importância. Criada em 1892, ela atualmente é considerada uma das maiores referências mundial de moda no que se refere a mídia impressa. Fazer uma análise comparativa entre uma pesquisa realizada anteriormente pelas autoras para verificação da presença de modelos negras na revista *Vogue* Brasil durante o período de 2009 a 2012, com o período de 2013 a 2016, foi o norte deste artigo. O intuito é analisar como a revista tem se comportado nos últimos anos no que se refere a representatividade étnica.

Desenvolvimento

Marcada pela dominação de brancos europeus, a colonização do Brasil fez com que negros e índios fossem colocados em posições rebaixadas na sociedade, de forma a serem estereotipados como inferiores. Serrano (2012) observa que durante boa parte da história brasileira os negros não eram tidos como pessoas, e sim, coisas. A escravidão gerou graves distorções de etnia no Brasil por conta dos antecedentes históricos, e é fator profundamente relacionado às desigualdades e invisibilidades sociais no país.

No cenário da moda nacional a “invisibilidade” negra também se faz presente. Um número pequeno de modelos negras participam dos principais desfiles do país, e a publicidade pouco os evidenciam em seus trabalhos. No São Paulo Fashion Week (SPFW), por

exemplo, o maior evento de moda do país e quinto maior do mundo, o Ministério Público de São Paulo discutiu com estilistas e organizadores a necessidade de incluir um número mínimo de 10% de modelos negros nos desfiles, visto que até aquele momento (em 2009) a participação de modelos negros no evento era de 3% (GLOBO, 2009). O Brasil é o país com a maior concentração de população de origem africana fora da África, no entanto, o baixo percentual de negros no “mundo” da moda mostra-se como consequência de uma cultura histórico social que estereotipa negativamente a etnia (IPEA, 2011).

Com o intuito de investigar se este padrão estético também é reforçado pela indústria editorial de moda, a revista *Vogue* Brasil foi selecionada para estudo e análise. A revista *Vogue*, criada em 1892 por Arthur Baldwin Turnure, teve sua grande mudança de conduta em 1988, com a contratação da editora chefe Anna Wintour. Desde que assumiu o cargo, houve a elevação das modelos a status de grandes celebridades no mundo todo, não só na moda (ANGELETTI; OLIVA, 2006). As capas da revista passaram a estampar, então, grandes nomes do mundo midiático, indo de modelos a atrizes e cantoras.

São diversas as discussões em torno do papel da mídia na sociedade, é fato que, por muitas vezes, a realidade é legitimada pela mídia, aspecto que lhe confere a capacidade de construir parte do mundo em que vive a sociedade. De forma geral, tem-se que a função da mídia é veicular informações, levando as pessoas à prática da cidadania, porém, cabe também destacar o caráter onipresente da mídia na contemporaneidade, em que cotidianamente indivíduos são bombardeados por informações, seja na mídia impressa, televisa, radiofônica ou digital. Nota-se, também, que ela é um grande meio de divulgação de conceitos, sendo agente influenciador na vida dos indivíduos, seja no campo

comportamental, profissional, educativo, entre outros, comprovando seu poder.

Entre os efeitos de sentido que a mídia produz e faz circular, destaca-se a questão da construção da identidade. Oliveira (1976) aponta que o estudo da identidade possui duas dimensões: uma social (ou coletiva), estudado pela sociologia e antropologia; e uma pessoal (ou individual), que é estudada principalmente pela psicologia. Entretanto, é importante ressaltar que “não é possível dissociar o estudo da identidade do indivíduo do da sociedade” (CIAMPA, 1994, p.72), pois as possibilidades de diferentes configurações de identidade estão sempre relacionadas com as diferentes configurações da sociedade em que o indivíduo está inserido. Como cita CIAMPA (1994, p.71), “uma alternativa impossível é o homem deixar de ser social e histórico; ele não seria homem absolutamente”.

Neste sentido, a moda, por estar carregada de códigos e ser um meio de expressão, individual e coletiva, se tornou importante na disseminação de vertentes do comportamento da sociedade, seja por motivos ideológicos e/ou por interesses econômicos (LIPOVETSKY, 2005).

Metodologia

Na metodologia utilizou-se a pesquisa bibliográfica, tanto no que diz respeito à pesquisa e coleta das revistas, quanto aos autores relacionados e citados. Para analisar as aparições de modelos negras na revista *Vogue* Brasil dos últimos quatro anos (2013-2016), foram analisadas capas de quarenta e oito edições da mesma, sendo comparadas às capas previamente analisadas pelas autoras do período de 2009 a 2012 (mais 48 capas). A capa da revista foi escolhida como material de análise por ser considerada a parte mais importante da mesma, tanto pelo seu grau de influência, no que diz respeito ao interesse dos leitores e status das modelos e personalidades que as estampam, quanto pela acessibilidade do seu conteúdo, visto

que não é preciso comprar a revista para visualizá-la.

Para a realização da análise, foram elaboradas tabelas com as informações necessárias de cada edição a ser analisada: mês, ano e número da edição; sendo destacadas a presença de modelos negras na capa, bem como a presença de textos, frases ou manchetes que evidenciassem alguma modelo ou personalidade negra, para assim verificar qual o destaque que a própria *Vogue* atribui às mesmas.

Análise dos Resultados

Para as análises das Revistas *Vogue* Brasil 2009-2012 confrontadas as lançadas entre 2013 e 2016, foram investigados 96 exemplares (48 de cada período). Mesmo que o foco desta pesquisa tenha sido verificar o último período, principalmente (já que o primeiro período foi estudado em outra ocasião e publicação, como já mencionado), faz-se necessário apresentar de forma breve os resultados obtidos das análises entre 2009 e 2012 para assim realizar a abordagem comparativa.

Analisando as revistas veiculadas em 2009, constatou-se que nenhuma delas teve em suas capas modelos negras. Quanto à questão das manchetes, na ed.371 de Julho foi citada a modelo negra Naomi Campbell. E, na edição de dezembro, ed.376, outra personalidade negra destacada foi Michelle Obama, primeira-dama dos Estados Unidos na época, que teve seu nome em uma das manchetes.

Nas publicações do ano de 2010 da *Vogue* Brasil, a maioria delas foram ilustradas por um padrão de beleza valorizado no meio da moda: modelos brancas, magras e altas. Em Maio, ed.381, dividindo a atenção com outras quatro modelos brasileiras e brancas na composição da imagem, há a presença de uma modelo negra, artificialmente produzida de forma a descaracterizar o

cabelo crespo e o nariz mais largo característico do fenótipo negro. Ainda na análise das revistas de 2010, a capa de Fevereiro (ed.378) trazia uma manchete citando Michael Jackson.

No ano seguinte, a edição de janeiro de 2011 (ed.389) publicou pela primeira vez em sua capa uma modelo negra brasileira, a própria revista trouxe o tema para a discussão ao apontar modelos negras que se destacaram, colocando em sua capa a manchete: “BLACK IS BEAUTIFUL: edição especial traz exclusivamente modelos negras”, definindo a edição como sendo voltada à beleza negra. Todavia, a conduta da revista reafirma, de certo modo, a invisibilidade das modelos afro descendentes, uma vez percebida a necessidade de uma edição especial da revista para que uma modelo negra pudesse ser destaque na capa, confirmação disso é o fato de que nas 11 demais edições publicadas neste ano, nenhuma modelo negra estampou a capa da revista. Ainda no ano de 2011, observou-se ed.397 de Setembro, o nome do cantor Lenny Kravitz.

Sobre a aparição de modelos negras nas capas do ano de 2012 da *Vogue* Brasil foi verificado apenas uma, em que esta compartilha com outras duas modelos brancas a capa da ed.401, de Janeiro. Sobre as mensagens escritas contidas na capa deste ano, a edição de Fevereiro (ed.402), colocou em destaque o nome de Beyoncé (personalidade de etnia negra). Abaixo, na figura 1, imagens das capas em que foram identificadas modelos negras durante o período de 2009 a 2012.

Figura 1 – Capas das edições de 2009 a 2012 que possuem modelos negras¹



Fonte: Autoria própria com base em VOGUE (2017).

Após análise do primeiro período de estudo, deu-se início aos estudos dos anos 2013 a 2016 (segundo período). No ano de 2013, três edições tiveram personalidades negras em suas capas. A edição ed.413 de janeiro trouxe a modelo Joan Smalls em sua capa, complementada pela manchete “Black ISSUE. Joan Smalls, a número 1 do mundo, é negra. Esta edição também”. O próprio fato da manchete escolhida trazer as palavras “Black ISSUE” (“QUESTÃO negra”) indica a escassez de modelos negras no mundo da moda. Na capa de Maio de 2013 (ed.417), não foi diferente, pois mais uma vez na capa de *Vogue* Brasil, a *top model* Naomi Campbell aparece, com traços étnicos descaracterizados, como os cabelos levemente ondulados e loiros. Tanto Joan Smalls quanto Naomi Campbell são citadas em matérias de capa nas edições ed.418 e ed.421, respectivamente, mas sem relação alguma com a cultura negra. Ainda no ano de 2013, observou-se na edição de Setembro, ed.421, uma personalidade negra presente na capa da revista: o cantor Bem Harper. Com a manchete “Fashion Rocks. Isabelli Fontana e Bem Harper juntos”, o cantor divide a capa com a modelo branca Isabelli Fontana, e, mesmo não sendo do mundo da moda e não influenciando diretamente no padrão de beleza feminino, foi notada a aparição de um negro na revista, conforme figura 2.

¹ Todas as capas das revistas *Vogue* Brasil aqui ilustradas foram conseguidas no site da revista e

diagramadas, lado a lado neste artigo para maior representação das análises abordadas.

Figura 2 – Capas analisadas das edições de 2013 da revista *Vogue Brasil*²



Fonte: VOGUE (2017).

Nas publicações do ano de 2014 e 2015 na *Vogue Brasil*, a maioria foi ilustrada por um padrão de beleza ainda valorizado no meio da moda: modelos brancas, magras e altas. Nas análises das revistas veiculadas em 2014, apenas duas edições tiveram personalidades negras em suas capas, porém nenhuma modelo. Na publicação de Maio (ed.429), a cantora Rihanna foi o destaque da revista, estampando duas capas para o mesmo mês/edição³. Assim como Naomi Campbell e Joan Smalls, Rihanna foi artificialmente produzida de forma a minimizar o visual do cabelo crespo e o nariz mais largo característico do fenótipo negro. Ainda nas análises de 2014, a edição de Junho (ed.431), trazia a presença do jogador de futebol Neymar, dividindo a atenção com a *top model* Gisele Bündchen, também em uma edição especial com duas capas. Quanto à questão das manchetes, somente uma destacou uma personalidade negra, e foi a edição ed.432 de Agosto, que trazia a frase “CINEMA: Paulo Coelho e Tim Maia nas telas” (Tim Maia é um músico negro).

Já nas análises das revistas do ano

seguinte, 2015, houveram duas aparições de mulheres negras nas capas das revistas *Vogue Brasil* e nenhuma manchete. Na edição de Abril (ed.440) a repórter e apresentadora Gloria Maria dividia a capa com mais nove atrizes brancas da Rede Globo. Em Outubro, na edição ed.446, tem-se novamente a modelo Naomi Campbell, mais uma vez produzida de modo a descaracterizar o fenótipo negro, compartilhando a capa com mais dois modelos brancos. Em nenhuma das outras 10 demais revistas publicadas houve manchetes ou modelos negras nas capas.

Figura 3 – Capas analisadas das edições de 2014 e 2015 da revista *Vogue Brasil*



Fonte: VOGUE BRASIL. 2014 - 2015

Em 2016, apenas duas capas contavam com modelos negras, mas em nenhuma das demais publicações houve alguma menção às modelos ou personalidades negras. Em Fevereiro (ed.450), a modelo Jourdan Dunn foi capa da revista, e, pela primeira vez em oito anos, não houve descaracterização do fenótipo negro. É possível notar o cabelo crespo e armado, além do ângulo frontal da foto, que geralmente é tirada de lado para ocultar o nariz mais largo. Na edição de Maio, ed.453, a revista escolheu mais uma vez a modelo Naomi Campbell para sua capa, desta vez uma edição de aniversário que contava com três capas e produções diferentes. Enquanto em uma

² As capas com a presença de modelos negras ou manchetes relacionando alguma personalidade negra foram destacadas em amarelo nas imagens.

³ Para a análise percentual dessa pesquisa, nas edições 429 e 430 em que houveram duas

imagens de capa na mesma edição, foi considerado apenas uma publicação, pois se trata de uma edição.

das capas a modelo encontra-se de cabelos lisos, nas demais pode-se notar o cabelo crespo e o nariz evidente – características que costumavam ser “maquiadas” pela revista. Além da modelo em destaque, nota-se a manchete “Mulheres negras que fazem história”, seguida dos nomes “Naomi Campbell, Alcione, Maju, Marina Silva”, todas essas personalidades negras. Percebe-se, aqui, que se trata de mais uma edição especial tratando das mulheres negras, cuja conduta da revista parece querer justificar a aparição das mesmas em suas edições em que nesta o foco foi a cultura negra.

Figura 4 – Capas analisadas da edição de 2016 da revista *Vogue* Brasil



Fonte: VOGUE BRASIL. 2016

As capas analisadas dos anos 2013 a 2016 apontam que a revista *Vogue* Brasil continua a associar a sua própria imagem às modelos brancas, e, quando se trata de ilustrar as modelos negras, estas são agrupadas em uma edição especial, têm suas características étnicas descaracterizadas na maioria das vezes ou dividem espaço com outras modelos brancas. O panorama encontrado confirma a situação de minoria social de negros na moda, assim como encontrado em outras áreas.

Considerações finais

A análise das últimas quarenta e oito edições da revista (segundo período

estudado) prova que embora tenha ocorrido um aumento nas aparições de modelos negras na capa, a quantidade continua pequena se comparada ao percentual das mesmas na população brasileira. Enquanto no estudo realizado nas edições de 2009 a 2012 a porcentagem de modelos negras nas capas foi de 6,25%, (3 das 48 capas analisadas), nas edições de 2013 a 2016, a porcentagem foi de 10,4%⁴, ou seja, apenas 5 das 48 capas. Apesar do crescimento, a representação étnica na moda continua sendo irrisória, visto que o percentual de mulheres negras e de mulheres brancas no Brasil é de 48,5% e 50,6%, respectivamente (ACEVEDO; NOHARA, 2008).

Os resultados da pesquisa estão em conformidade com vários outros estudos que relacionam “o negro e a mídia”, onde “[...] a grande maioria das investigações indicam que os afrodescendentes ainda estão sub-representados em comparação com sua composição na população”. Além disso, “[...] seus retratos estão impregnados de ideologias racistas [...]” e “são raras as peças (propagandas, comerciais, filmes, livros didáticos) que contenham maior número de personagens afrodescendentes do que de brancos [...]” (ACEVEDO; NOHARA, 2008, p.124-125).

A *Vogue* Brasil apresenta às leitoras as tendências do mercado nacional e internacional de moda e, assim, constrói um imaginário sobre ela. Portanto, pode-se perceber que o padrão de beleza da mulher brasileira recebe a influência destas publicações. Este estudo evidenciou que a *Vogue* Brasil anuncia e associa sua imagem quase que integralmente à etnia branca. Consequentemente, ocorre menor representatividade étnica, já que esta é a imagem criada e levada não só aos leitores em geral, mas também aos profissionais do contexto social da moda. Cria-se, nesse

⁴ Cabe destacar que para esse percentual foi considerado apenas a presença de modelos nas capas de *Vogue* Brasil, embora no período de 2013 a 2016 tenham aparecido nas edições da

revista outras personalidades negras em sua capa como o jogador Neymar Jr., o cantor Bem Harper, a apresentadora Glória Maria e a cantora Rihanna.

momento, uma cultura estabelecida pelos agentes de controle presentes na moda.

Referências

ACEVEDO, Claudia Rosa; NOHARA, Jouliana Jordan. Interpretações sobre os retratos dos afro-descendentes na mídia de massa. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, 2008, p. 119-146.

ANGELETTI, Norberto; OLIVA, Alberto. In **Vogue: The Illustrated History of the World's Most Famous Fashion Magazine**. Nova Iorque: Rizzoli, 2006.

CIAMPA, A. da C. (1994) Identidade. Em S. T. Lane & W. Godo (Orgs). **Psicologia social: o homem em movimento**. (pp. 58-75). São Paulo: Brasiliense.

CORREA, Suzamar; SANTOS, Robson de Souza dos. **Modelo negra e comunicação de moda no Brasil**. Unifebe, Brusque, 2010.

DUARTE, Lineide. **A TV precisa de um contrapoder**. In: *Jornal do Brasil*. Caderno Idéias, 2000.

GLOBO, **MP quer cotas para negros em desfiles**, 20 Abril 2009. Disponível em: <http://diariodonordeste.globo.com/materia.asp?codigo=632169>. Acesso em Dez.2012.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). **Dinâmica demográfica da população negra brasileira**: 2011. Disponível em: <http://portal.mte.gov.br/data/files/8A7C816A>

316B688101318AAF34BF324A>. Acesso em: 20 dez. 2012.

LIPOVETSKY, Gilles. **Império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

MARTINS, Ana Caroline Siqueira. **A influência da mídia de moda e dos quadros histórico sociais na construção da identidade de modelos negros**. 2013. Disponível em: http://www.cih.uem.br/anais/2013/trabalhos/467_trabalho.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2017.

OLIVEIRA, R. C. de (1976) **Identidade, etnia e estrutura social**. São Paulo: Livraria Pioneira Editora.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda: teoria, técnica e prática**. São Paulo: Pioneira, 2008.

SANTOS, M. S. dos. **Sobre a autonomia das novas identidades coletivas: alguns problemas teóricos**. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, v. 13, n. 38, p. 151-165, 1998. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-69091998000300010&script=sci_arttext>. Acesso em 10 Dez. 2012.

SERRANO P.E. **Cotas étnicas e igualdade**. 25 Abril 2012. Disponível em: <http://www.cartacapital.com.br/sociedade/cotas-etnicas-e-igualdade>>. Acesso em: 14 dez. 2012.

VOGUE BRASIL. Disponível em <<http://vogue.globo.com>>. Acesso em: 22 jan. 2017.