

Transgenia na capa da revista Vogue Paris¹

Ana Tereza May PEREIRA²

Hendryo ANDRÉ³

Eliane BASÍLIO⁴

Universidade Positivo, Curitiba, PR

RESUMO

A capa é considerada o fator chave para a venda de qualquer revista, além de estabelecer a imagem do exemplar. A edição de março da revista VOGUE Paris estampou em sua capa a modelo transexual Valentina Sampaio. Além da modelo usou de elementos de iluminação cênica, maquiagem, figurino e a frase “A beleza transgênica; como ela perturba o mundo” para abordar o tema da transgenia em sua edição de março de 2017. Contudo, a modelo escolhida para a foto não foge do padrão de corpo frequentemente escolhido pela publicação.

PALAVRAS-CHAVE: Revista; Semiótica; Vogue Paris; Transgenia.

¹ Trabalho apresentado no Intercom Júnior do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2018.

² Estudante do curso de Jornalismo da Universidade Positivo, email: anamaypereira@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UP, e-mail: hendryoandre@gmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UP, e-mail: lilibasilio@yahoo.com.br

INTRODUÇÃO

Segundo um estudo feito pelo *The New York Times Magazine Group*, um consumidor leva em média 5 segundos para escolher uma revista e a capa é o principal fator para que isso ocorra (ALI, 2009).

Kovach e Rosenstiel (2004) citam a lealdade para com os cidadãos como algo imprescindível ao jornalista. Na reportagem de Maria Clara Araújo, em Ponto Eletrônico, a autora mostra que o jornalismo tem uma função essencial para mostrar outras possibilidades para mulheres transgêneros e travestis, tendo em vista que hoje 90% estão na prostituição como um lugar condicionado e é desta maneira que são representadas na mídia.

Kovach também cita que o jornalismo deve abrir espaço para a crítica. Não seria essa capa também uma crítica a maneira como as mulheres transgêneros são representadas midiaticamente?

O questionamento que se levantou com esse artigo foi se os transgêneros foram representados pela mídia da maneira mais fiel a seus leitores na capa da edição de março de 2017 da revista *Vogue Paris* (ver Figura 1 - Capas da edição de Março de 2017 da revista *Vogue Paris*).

A capa é a segunda a aparecer com a modelo transgênero Valentina Sampaio. A primeira foi a edição de Novembro da revista *Elle Brasil*. A diferença entre as duas edições é que na revista de Novembro não se faz nenhuma menção na capa, tanto nas chamadas quanto na produção visual da fotografia e da modelo sobre a transexualidade, diferente da edição da *Vogue Paris*, na qual é evidenciada desde a machete ali escrita, como nas cores das luzes que foram escolhidas e na produção de beleza e roupa da modelo.

Segundo o dicionário brasileiro de Língua Portuguesa Michaelis “[Transgênero é a] pessoa cuja identidade de gênero é oposta àquela do nascimento e que age como se pertencesse ao sexo oposto.”.

Em março de 2017 a revista Vogue Paris fez para sua edição duas capas com a modelo brasileira a fim de representar a transexualidade, contudo Valentina ainda representa a beleza no mesmo formato que as outras modelos já estampavam a revista.

O objetivo deste trabalho é analisar através do conceito de semiótica desenvolvida por C.S. Pierce (1839 - 1914) a junção dos elementos de texto da manchete e imagem que compõe a capa e como consequência, sua significação para a representação do transgênero na mídia e também buscando analisar de que forma a representação aponta a diferenciação ou não da mulher trans e da mulher cis.

Esta pesquisa justifica-se pela crescente diversidade de gêneros que surgem, além da inexistência, até a publicação deste trabalho, de outros que busquem discutir a representação da transexualidade na imagem da capa da revista Vogue.

Figura 01 - Capas da edição de Março de 2017 da revista Vogue Paris



Fonte: Vogue Paris (2017)

REPRESENTAÇÕES DOS TRANSGÊNEROS NO JORNALISMO E A SEMIÓTICA

Como dito acima, não há nenhuma literatura que aborde o tema da maneira que será explorado aqui. Até o final da pesquisa havia apenas publicações em de portais de

notícia online, quatro artigos de jornal registrados no site do CAPES, Daily Mirror, UWIRE Text, New York Times e La Nacion de Argentina, e nenhum artigo acadêmico nos bancos do Scielo, CAPES e Google Scholar. Contudo cada uma das obras escolhidas abrange alguma faceta da proposta.

O livro *Elementos do Jornalismo*, escrito por Bill Kovach pretende estabelecer quais são as premissas para que o trabalho de um jornalista seja feito corretamente. Este foi essencial para entender o papel de mediador do jornalista entre o objeto a ser apresentado, a transgenia, o que é visto e o leitor da revista.

O sujeito mulher transgênero e fuga da monstruosidade: corpo e voz em vídeos do youtube, de Joanne dos Santos, se propõe a mostrar a diferenciação feita entre a mulher cis e a mulher trans enquanto características físicas como forma corporal, até voz.

O que é semiótica de Lúcia Santaella explica de forma didática a teoria semiótica de C.S. Pierce, a qual usarei como lente para fazer a análise dos signos. A partir de todos os elementos por ela apresentados é possível fazer uma leitura, contudo sempre comparando com outros trabalhos para entender o significado de cada um deles.

A arte de editar revistas é um dos trabalhos com o qual será feito a significação da capa e seus elementos. No capítulo “A Capa” são listados todos os elementos que compõem essa e de que maneira eles contribuem para que o leitor reconheça o veículo por suas características.

O livro *Discursos da Moda: semiótica, design e corpo*, de Kathia Castillo e Marcelo M. Martins, juntamente com o artigo *Transgêneros na moda: design corporal e visibilidade “trans” na comunicação de moda*, de Hércio José Prado Fabri, ajudaram na reflexão sobre a montagem do corpo transgênero como consequência do discurso de enaltecimento a este. Além disso, o livro explica como a roupa, o caimento e o tecido, colaboram para a montagem do corpo na imagem.

Para entender a representação trans na mídia foi-se feito uma coleta de matérias jornalística, contudo, apenas algumas que refletem sobre isso serão citadas por necessidade da discussão.

METODOLOGIA

Em *Moda e Comunicação*, Barnard ajudou a compreender que é o comunicador, no caso a revista como veículo, que está comunicando através da aparência.

Fez-se primeiro um levantamento de outras edições de revistas de moda com o mesmo público alvo para saber quais outras vezes um modelo transsexual apareceu na capa e apenas a edição de novembro de 2016 da *Elle Brasil* teve uma mulher trans estampada, que inclusive é a mesma que a representada na capa a ser analisada. A diferença da capa da *Elle Brasil* para a da edição de março de 2017 da *Vogue Paris* é a não evidenciação da transgenia na primeira.

Essa pesquisa por ter objeto único de pesquisa é de caráter qualitativo afinal temos apenas um objeto de estudo.

Para essa análise não foram feitas entrevistas com o fotógrafo e com o diagramador por dificuldade de contato com eles por conta da distância física.

Portanto, a análise semiótica foi feita apenas a partir das teorias dadas nos livros citados acima.

Para estabelecer teoricamente qual o dito “padrão de beleza” que Valentina segue para estar estampada na capa procurei artigos que dominassem características físicas exatas, porém achei melhor me assegurar no que Débora Elman diz que a representação das coisas e do corpo na revista *Vogue* tem como o intuito a identificação para certo público. “Em determinado tempo e espaço social, a imagem corporal funciona como uma função de reconhecimento, em que é associada a uma dimensão cultural onde as práticas e bens denotam um estilo de vida.” Ou seja, as condições de beleza, saúde e vestimenta seriam resultado de um estilo de vida, o mesmo que é vendido pela revista independente da modelo que ali está, desde que ela aparente essas qualidades.

ANÁLISE

Valentina Sampaio tinha 21 anos quando foi chamada para ser a modelo da capa da revista *Vogue Paris*. A modelo contou em entrevista ao jornal *Diário do Nordeste* que desde os 12 anos já se chamava Valentina, por ser acostumada a andar com as

meninas da escola. Aos 15 anos a taxa de hormônios femininos já era alta o que resultou em não ter pelos no corpo e os seios já crescerem naturalmente. Além disso, diz nunca ter sofrido preconceito na escola por ser transgênero.

Valentina se tornou modelo aos 16 anos sendo a primeira modelo transgênero a representar a L’Oreal Paris no Brasil. Ainda no mesmo ano, entrou para a faculdade de moda e foi durante o curso que foi convidada para desfilas pela primeira vez no Festival de Moda de Fortaleza. Em 2016 a modelo fez sua primeira capa, contudo já havia aparecido em desfiles de marcas reconhecidas como Asap e Riachuelo.

Além desses desfiles, vale ressaltar o desfile de Ronaldo Fraga no segundo semestre de 2016. O desfile foi apresentado apenas com modelos transgêneros, entre as quais uma delas era Valentina. Segundo reportagem da revista Veja, a assessoria de imprensa do estilista teria dito que ele buscava ali homenagear a população trans e buscou celebrar a diversidade humana.

A capa da edição da revista Vogue Paris de março de 2017 (Figura 01) busca dar um novo significado a representação da transgenia. Ao colocar Valentina com uma maquiagem escura nos olhos podemos significar o mistério. Apresentada com ombros largos, sem que seus seios sejam destacados juntamente com as curvas de cintura e quadril, seja pela roupa, que ressalta ombros largos, e pelo enquadramento da foto podemos entender a diferenciação de uma mulher cisgênero. Segundo Joanne Santos “a [representação da] mulher é mais fraca, mais sensível, delicada, fisicamente possui seios e bunda avantajados e um corpo com curvas uma voz historicamente suave, gentil e aguda.”

Mesmo que a representação na capa pela modelo transgênero possa ser considerada um avanço, Valentina ainda segue os mesmos padrões físicos de mulheres cis que já apareceram na capa, sendo ele de modelos são brancas, jovens e muito magras (HEINZELMAN, 2012). Segundo o livro, a fotografia é o melhor tipo de ilustração para vender o produto. “O rosto de uma modelo é atraente com quem as leitoras se identificam, é o formato mais comum entre as revistas femininas.” (ALI, 2009).

Se tomarmos aquilo que Elman diz, além de se identificar com a aparência física da modelo haveria uma tentativa de figurar o que ela representa, mas que ainda parece

algo distante e não similar às outras modelos, afinal Sampaio está sendo representada com roupas que “deformam” seu corpo, além da maquiagem escura esconder os olhos. Poderíamos ainda supor que o jogo de luzes e os tecidos das roupas escolhidas remetem às mesmas usadas para idas à baladas, pressupondo uma vida noturna. Mas aí poderia haver uma repetição de estereótipo de que a mulher transgênero só está ligada a vida noturna e à prostituição.

Além da escolha da fotografia, Ali fala que a capa ajuda a entender o tipo de pessoa que a revista pretende atingir e o que deseja discutir.

Por trás dessas fotos há um grande trabalho com a escolha da modelo, roupas, cabelo, maquiagem e, principalmente postura e expressão que correspondam à personalidade que a revista quer transmitir.

Ou seja, a Vogue Paris poderia estar querendo atingir dois públicos, suas consumidoras tradicionais e as mulheres transgênero.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mesmo que a Vogue Paris seja a primeira revista de notoriedade para o público feminino a estampar uma modelo transgênero e buscar discutir essa temática, tão em discussão hoje, ela pode incluir o público transgênero sim, mas mesmo fazendo isso cria uma barreira de diferenciação entre o que é ser trans e o que é ser cis ao discutir aparência de sexualidade na fotografia de Valentina Sampaio.

Além disso, me surpreende a quantidade pequena de trabalhos acadêmicos que abordem esse tema e principalmente análises semióticas de uma mulher trans, independente da mídia.

REFERÊNCIAS

ALI, Fatima. **A ARTE DE EDITAR REVISTAS**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.

ARAÚJO, Maria Clara. **O PAPEL DA MÍDIA NA HUMANIZAÇÃO DAS PESSOAS TRANS.** Disponível em: <<http://pontoeletronico.me/2015/midia-pessoas-trans/>>. Acesso em: 06 de jul.2017

CASTILHO, Kathia; MARTINS, Marcelo M. **DISCURSOS DA MODA: SEMIÓTICA, DESIGN E CORPO.** 2 ed. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi Ltda, 2008.

HEINZELMAN, Fernanda Lyrio et al. **CORPOS EM REVISTA: A CONSTRUÇÃO DE PADRÕES DE BELEZA NA VOGUE BRASIL.**Belo Horizonte, 2012.

KOVACH, Bill. **OS ELEMENTOS DO JORNALISMO: O QUE OS JORNALISTAS DEVEM SABER E O PÚBLICO EXIGIR.** 2 ed. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

NÓBREGA, Jacqueline. **CONHEÇA A HISTÓRIA DE VALENTINA SAMPAIO, MODELO TRANSGÊNERO DO CE QUE DESPONTA NO CENÁRIO NACIONAL.** Disponível em: <<http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/zoeira/online/conheca-a-historia-de-valentina-sampaio-modelo-transgenero-do-ce-que-desponta-no-cenario-nacional-1.1374612>>. Acesso em: 06 de jul. 2017

REDAÇÃO. **RONALDO FRAGA FAZ DESFILE SÓ COM MODELOS TRANSGÊNERO NA SPFW.** Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/entretenimento/ronaldo-fraga-faz-desfile-so-com-modelos-transgeneros-na-spfw/>> Acesso em: 06 de jul. 2017

SANTAELLA, Lúcia. **O QUE É SEMIÓTICA.** 15 ed. São Paulo: editora brasiliense, 1999.

SANTOS, Joanne Nahla Sousa dos. **O SUJEITO MULHER TRANSGÊNERO E FUGA DA MONSTRUOSIDADE: CORPO E VOZ EM VÍDEOS DO YOUTUBE.** 2017. 8 p. UESB, Itapetinga - BA, 2017. Disponível em: <<http://cultura.estadao.com.br/noticias/geral,spfw-pode-estar-proxima-da-favela-afirma-emicida,10000083436>>. Acesso em: 16 abr. 2017.