



SEÇÃO: ARTIGOS

Representação da mulher negra nas capas da versão brasileira da revista *Glamour*: discurso, imagem e construção de sentidos

Representation of black women on the covers of the Brazilian version of Glamour magazine: discourse, image and construction of meanings

Amanda dos Santos

Moura¹

orcid.org/0000-0002-4319-586X

amanda.moura87@gmail.com

Fabio Sampaio de

Almeida¹

orcid.org/0000-0002-1710-352X

fabioesp@hotmail.com

Recebido em: 29/12/2020.

Aprovado em: 13/12/2021.

Publicado em: 27/01/2022.

Resumo: O objetivo deste texto é problematizar a construção discursiva da representação de mulheres negras em capas da revista *Glamour* (Editora Globo), publicadas entre abril de 2012 e dezembro de 2018, por meio de análise intersemiótica de enunciados e imagens. Para tal, discutimos questões raciais e de gênero, propostas pelo feminismo negro (BORGES, 2012; CARNEIRO, 2011; COLLINS, 2017; GOMES, 2012; HOOKS, 2018), e de linguagem na perspectiva teórico-metodológica da Análise do Discurso (MAINGUENEAU, 2008, 2013, 2015), a partir dos conceitos de interdiscurso e práticas intersemióticas. Os resultados evidenciam deslocamentos que apontam mudanças positivas em curso na representação da mulher negra, ainda que o cenário seja o de predominância de padrões estéticos eurocêntricos que subalternizam o corpo que não é branco.

Palavras-chave: Mulheres negras. Feminismo negro. Revista *Glamour*. Representação. Prática intersemiótica.

Abstract: The purpose of this text is to problematize the discursive construction of the representation of black women on the covers of *Glamour* magazine (Editora Globo), published between April 2012 and December 2018, through the intersemiotic analysis of statements and images. For this, we discussed racial and gender issues proposed by black feminism (BORGES, 2012; CARNEIRO, 2011; COLLINS, 2017; GOMES, 2012; HOOKS, 2018), and language in the theoretical-methodological perspective of Discourse Analysis (MAINGUENEAU, 2008, 2013, 2015), based on the concepts of interdiscourse and intersemiotic practices. The results showed shifts that point to positive changes underway in the representation of black women, even though the scenario is the predominance of Eurocentric aesthetic standards that subalternize the body that is not white.

Keywords: Black women. Black feminism. *Glamour* magazine. Representation. Intersemiotic practice.

Resumen: El objetivo de este texto es problematizar la construcción discursiva de la representación de mujeres negras en portadas de la revista *Glamour* (Editora Globo), publicadas entre abril de 2012 y diciembre de 2018, por intermedio de análisis intersemiótico de enunciados e imágenes. Con este fin, discutimos cuestiones raciales y de género, propuestas por el feminismo negro (BORGES, 2012; CARNEIRO, 2011; COLLINS, 2017; GOMES, 2012; HOOKS, 2018), y de lenguaje en la perspectiva teórico-metodológica del Análisis del Discurso (MAINGUENEAU, 2008, 2013, 2015), a partir de los conceptos de interdiscurso y prácticas intersemióticas. Los resultados evidencian desplazamientos que apuntan cambios positivos en curso en la representación de la mujer negra, aunque predominen estándares estéticos eurocéntricos que subalternizan el cuerpo que nos es blanco.

Palabras clave: Mujeres negras. Femenismo negro. Revista *Glamour*. Representación. Práctica intersemiótica.



¹ Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (Cefet/RJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

Introdução

Com as mudanças políticas e sociais ocorridas nos últimos anos no contexto brasileiro, resultado da ascensão de grupos ultraconservadores e fundamentalistas, minorias sociais, para além das desigualdades estruturais, passaram a ser constantemente atacadas nas mídias por discursos de ocupantes dos mais altos cargos oficiais, acentuando e acirrando tensões sociais latentes e promovendo violências simbólicas e físicas. Diante desse cenário, demandas colocadas por movimentos sociais se intensificam. As mulheres negras organizam-se no combate interseccional ao racismo, ao sexismo, ao classismo e ao heterossexismo (SANTOS, 2007), na luta por melhores condições de trabalho, de saúde e de vida, e maior representatividade política e midiática. E no que se refere à representação simbólica produzida nas mídias, o desafio é ampliar a participação efetiva desse grupo nessas produções, da concepção à execução, e desconstruir padrões corporais e estéticos machistas e racistas vigentes.

Nesse contexto, a proposta deste artigo é analisar a representação de mulheres negras em capas da revista *Glamour*, em sua versão nacional, da chegada do título ao Brasil, em abril de 2012, a dezembro de 2018. Problematizar a construção discursiva de mulheres negras por meio de enunciados e imagens nas capas de uma revista com a circulação da *Glamour* é colocar em cena uma dimensão da chamada crise da representação, amplamente discutida em teorias pós-modernas, que possibilita iluminar o debate sobre racismo e sexismo na mídia brasileira por um viés epistemológico antirracista e feminista, que alia dimensões éticas, estéticas e políticas. Considerando que raça é um construto social e discursivo, ou uma "ficção útil", como coloca Mbembe (2014), produzida por práticas que se dão em uma estrutura social onde sujeitos, corpos e culturas são hierarquizados e que o "racismo e sexismo 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), e diante das demandas por maior representatividade e

denúncias de racismo e sexismo trazidas pelos movimentos feministas e antirracistas, torna-se relevante entender como mulheres negras, em um país estruturalmente racista, são (sub)apresentadas na publicação escolhida.

Com um enfoque qualitativo, o trabalho pretende ter um alcance descritivo e explicativo, e tem como *cópus* de análise sequências discursivas compostas por enunciados e imagens presentes na publicação. A partir do diálogo com questões raciais e de gênero propostas pelo feminismo negro (BORGES, 2012; CARNEIRO, 2011; COLLINS, 2017; GOMES, 2012; HOOKS, 2018; SANTOS, 2004; SANTOS, 2007; VIANA, 2010), o referencial teórico-metodológico desta pesquisa pauta-se na Análise do Discurso (MAINGUENEAU, 2008, 2015) com base nos 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.

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 pelo racismo, pelo classismo e pelo sexismo.

Esta pesquisa parte, então, do pressuposto de que as escolhas editoriais de uma revista podem ter um impacto social e não apenas jornalístico. Para Tânia Hoff *et al.*, 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. Para tal, além do levantamento quantitativo, serão investigadas as identidades dessas mulheres, e analisados discursivamente os figurinos, as

posturas, as chamadas e as temáticas presentes.

Este artigo está organizado em quatro partes. Na primeira, apresentamos a publicação, seu contexto de enunciação e circulação e discutimos brevemente o papel que a mídia desempenha nos processos de representação. Na segunda seção, recorreremos à teorização do feminismo negro para compreender as demandas e a epistemologia a que se vinculam pensadoras e ativistas negras. Na terceira seção, discutimos o percurso teórico-metodológico da pesquisa com base na Análise do Discurso (MAINGUENEAU, 2008) em sua proposta analítica intersemiótica de discursos que associa verbal e não-verbal. Na quarta e última seção, discorreremos sobre as análises de dados, mostrando como são construídas as representações das mulheres negras na revista. E no fim, apresentamos nossas considerações finais.

1 A revista *Glamour*: linguagem, mídia e representação

A *Glamour* foi lançada em 1939, nos Estados Unidos, sendo publicada pela *Condé Nast Publications*, e intitulada inicialmente *Glamour of Hollywood*. A publicação está presente atualmente em 17 países, incluindo o Brasil, onde chegou em abril de 2012, editada e publicada pela Editora Globo. Lançada mensalmente, a revista informa em seu *Mídia Kit*, de 2019 (MÍDIA KIT GLAMOUR BRASIL 2019, [2019]), com números relacionados ao ano de 2018, que o seu público é majoritariamente feminino (58,4%), com mais de 25 anos (83,4%) e pertencente à classe AB (78,6%). 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 a partir de padrões sociais que se ligam à classe social, raça e gênero.

Assim, considerando o perfil da publicação ao longo do tempo, o compromisso crítico e ético deste trabalho se ancora na responsabilidade sobre o modo como a mídia apresenta ao público determinados grupos, especialmente

as chamadas minorias sociais, e de que forma atua em construir para elas um lugar, tal como compreende Muniz Sodré, para quem "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).

Essa relação de poder, citada por Sodré, se correlaciona ao conceito de "biopoder" proposto por Foucault, como "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). Essa afirmação vai ao encontro do cenário mercadológico em que estão inseridas publicações como a *Glamour*, e do entendimento de que os processos comunicacionais, inclusive a decisão sobre quem estampará ou não as capas, são perpassados por fatores socioeconômicos.

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 sentido, recorreremos ao conceito de representação, sob a ótica do teórico cultural jamaicano Stuart Hall, buscando compreender o papel da mídia nas sociedades, especialmente no que tange à naturalização da diferença racial, à subalternização do corpo negro e à padronização da beleza. Hall (2003, p. 180; 169) defende que "As pessoas que trabalham na mídia produzem, reproduzem e transformam o próprio campo da representação ideológica" e explica que "sistemas de representação são sistemas de significado pelos quais nós representamos o mundo para nós mesmos e os outros".

O conceito de representação, segundo Hall, caminha ao lado do de identidade. Para o autor, "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, 1992, p. 12-13). Por isso, a representação da figura feminina negra em uma capa de revista, por exemplo, como analisada neste trabalho, tem um papel importante na formação das identidades de suas leitoras, especialmente das leitoras negras. Segundo o sociólogo, os discursos apresentados nos espaços midiáticos, no que afeta a identidade, nos convocam "para que assumamos nossos lugares como sujeitos sociais de discursos particulares" ao mesmo tempo em que tais processos "produzem subjetividades, que nos constroem como sujeitos aos quais se pode falar" (HALL, 2000, p. 112).

Essa construção, destacada por Hall, pode ser negativa ou positiva e impactar diretamente em como nos enxergamos socialmente. Nilma Lino Gomes corrobora com esta relação dialógica entre o olhar externo e o modo como elaboramos nossas identidades. Ela afirma que:

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, 2012, p. 3).

Do mesmo modo que identidade e representação estão relacionadas ao discurso, o conceito de raça, de acordo com Hall, tem também uma relação estreita com a linguagem e a significação, uma vez que se trata não de uma noção biológica, mas de uma construção "discursiva, um conceito classificatório importante na produção da diferença, um significante flutuante, deslizante, que significa diferentes coisas em diferentes épocas e lugares" (HALL, 2015, n.p.).

E no que se refere à construção discursiva da imagem da mulher negra na mídia, dialoga-

mos com Rosane Borges que argumenta que essa representação 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).

É buscando compreender como se dão representações de raça e gênero na revista selecionada e identificar se há rupturas com tal discurso que empreendemos um diálogo com o feminismo negro, suas demandas e construções epistemológicas.

2 Feminismo negro e a demanda por outras representações

Feminismo, segundo o dicionário Houaiss, significa "doutrina que preconiza o aprimoramento e a ampliação do papel e dos direitos das mulheres na sociedade" (HOUAISS, 2009, p. 885). Porém, para o presente artigo, consideramos essencial destacar especificamente, ainda que de modo breve, a trajetória e demandas de um movimento particular no espectro feminista, o feminismo negro. Este movimento insurgiu, dentre outros fatores, a partir, da ausência da questão racial no movimento de mulheres, não apenas no dicionário, mas nas práticas políticas das militâncias feministas; e da lacuna sentida nos próprios movimentos negros em relação a questões específicas sobre gênero. No Brasil, esta iniciativa ganhou força e começou a se organizar formalmente na década de 70. Um exemplo desta mobilização foi a criação do grupo Reunião de Mulheres Negras Aqualtune (Remunea), em 1979, como descrito por Elizabeth Viana (2010, p. 57):

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).

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).

A compreensão sobre a importância dos estudos e dos movimentos interseccionais, em relação a diversas questões sociais, evidenciou o quanto visionários foram os movimentos feministas negros antes do termo interseccionalidade adquirir o reconhecimento acadêmico e político que tem atualmente. Segundo Patricia 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).

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 multiracialidade, 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).

A questão da inferioridade social, como destacada por Carneiro, 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, 2012, p. 3).

É nesse sentido que João Batista dos 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).

É porque a mídia tem um papel crucial no processo de autodepreciação, reflexo do chamado racismo estrutural (ALMEIDA, 2018), que é preciso identificar e combater tais representações estere-

otipadas e negativas. Nessa dinâmica, as mulheres negras enfrentam, além do racismo, o sexismo atuando sobre seus corpos e subjetividades. 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 (2007, p. 16) 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.

Certamente, como já apresentado, a questão da representação não é a única nem tampouco a principal pauta do movimento, mas uma das frentes que requer a construção de outras epistemologias e práticas políticas que permitam, como problematiza Borges (2012, p. 186), "implodir o sistema de representação recorrente e instaurar outra narrativa sobre o negro e a mulher negra". Nesse sentido, propomos como caminho teórico-metodológico a Análise do discurso dos enunciados e das imagens.

3 Análise do discurso e 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 explicitar nesta seção como tal compreensão de linguagem contribui para seleção e a análise do corpus proposto e para as reflexões sobre os resultados que daí decorrem.

Primeiramente, é preciso explicitar que tal noção de discurso se assenta em uma 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).

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.

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 em uma relação dialógica inextricável com o Outro discurso, com uma 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. O mesmo se pode dizer das imagens, consideradas em suas escolhas estéticas, composicionais e comunicativas. Jean-Jacques Courtine, sublinhando o caráter discursivo da iconicidade e em analogia à interdiscursividade, 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 memorização e 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).

A partir desses dois conceitos, interdiscurso e intericonicidade, propomos uma análise que busca identificar os discursos que atravessam as capas construindo sentidos e representações que dialogam ou não com demandas dos movimentos feministas negros. 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" (MAINGUENEAU, 2008, p. 138), 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).

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 orga-

nização 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. Em diálogo com o trabalho de Bakhtin (2000, p. 279), para quem os gêneros do discurso são "tipos relativamente estáveis de enunciados", emanados de integrantes das mais diversas esferas de atividade humana, Maingueneau (2013, p. 72) os define como atividades sociais submetidas a um conjunto de condições de êxito, tais como: uma finalidade reconhecida, o estatuto de parceiros legítimos, o lugar e o momento legítimos, um suporte material, uma organização textual e recursos linguísticos específicos. Dentre tais características dos gêneros, Maingueneau (2013) destaca o *midium*, que engloba o suporte material e o modo de difusão dos textos. Atualmente, o gênero capa de revista circula tanto em versão impressa quanto digital, o que amplia significativamente o público a que tem acesso, mesmo não se tratando de leitores habituais da revista.

Antes de passarmos efetivamente às análises discursivas das capas nas quais há a presença de mulheres negras, apresentamos um levantamento quantitativo relativo a essa presença nas capas da revista *Glamour*, no período estudado. De abril de 2012 a dezembro de 2018, foram publicadas 86 capas, em alguns meses houve mais de uma versão de capa, com fotografias de diferentes pessoas. Em apenas nove destas foram escolhidas mulheres negras como protagonistas. 2018 foi o ano que estiveram presentes mais modelos negras na capa da publicação: três representantes. Nos anos de 2014 e 2013 nenhuma mulher negra foi capa da revista analisada. Das nove capas, três foram estreladas pela mesma pessoa, a atriz Tais Araújo. Em outras duas ocasiões, a também atriz Camila Pitanga foi a escolhida. As outras quatro eleitas foram: as cantoras Karol Conká e MC Soffia, a atriz Sheron Menezes e a influenciadora digital Rayza Nicácio. É importante destacar que algumas capas não foram estreladas por apenas uma pessoa,

por isso, o número de modelos (105, no total, desconsiderando repetições, das quais apenas

nove são negras, o que dá aproximadamente 8,5%) é superior ao número de capas.

TABELA 1 – Total de modelos negras e não negras que protagonizaram as capas da *Glamour* entre 2012 e 2018

Ano	Modelos negras	Outras modelos
2012	2	7
2013	0	16
2014	0	14
2015	2	13
2016	1	15
2017	1	18
2018	3	13
Total	9	96

Fonte: Elaborado pelos autores com base no levantamento feito nas capas publicadas (2019).

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), número de 2017 –, os resultados parciais deste trabalho apontam para a construção e a 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 (2011), 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”.

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

Nesse cenário de pouca representatividade feminina negra nas capas da revista *Glamour*, focalizamos nossas análises, primeiramente, nas nove capas em que há mulheres negras presentes, e adotamos como recorte temporal, conforme já apresentado, o período de abril de 2012 a dezembro de 2018, buscando entender como se dá a representação desse grupo social. A primeira delas foi em julho de 2012, na qual a atriz Taís Araújo foi a protagonista. A segunda na qual figura uma mulher negra é a edição de setembro de 2012, estrelada pela atriz Camila Pitanga. Em setembro de 2015, a atriz Sheron Menezes divide a capa com outras duas celebridades. Na edição de dezembro de 2015, novamente temos Camila Pitanga. E em abril de 2016, Taís Araújo

volta a protagonizar, em edição especial de aniversário da publicação. Para essa edição, foram feitas quatro capas, com personalidades distintas, das quais apenas Araújo é negra. Rayza Nicácio dividiu com outras cinco *youtubers* a capa de abril de 2017, na qual é a única mulher negra. Já para a edição de março de 2018, a celebridade eleita para estampar a *Glamour* foi Karol Conká. A cantora destoa das demais mulheres negras escolhidas anteriormente pela publicação, já que é negra retinta, com traços negroides mais

acentuados e cabelos crespos. No mesmo ano, 2018, em abril, novamente a revista fugiu aos seus padrões, com MC Soffia estampando a edição que marcou os seis anos da *Glamour* Brasil. Porém, a *rapper* não protagonizou sozinha a capa, estando ao lado da deputada federal Tabata Amaral. E em junho de 2018, último exemplar com uma mulher negra na capa no período analisado, novamente a revista traz a atriz Taís Araújo. O quadro a seguir sistematiza os dados obtidos:

QUADRO 1 – Modelos negras que protagonizaram as capas da *Glamour* entre 2012 e 2018

Edição	Personalidade negra	Área de atuação
Julho de 2012	Taís Araújo	Atriz
Setembro de 2012	Camila Pitanga	Atriz
Setembro de 2015	Sheron Menezes	Atriz
Dezembro de 2015	Camila Pitanga	Atriz
Abril de 2016	Taís Araújo	Atriz
Abril de 2017	Rayza Nicácio	Influenciadora digital
Março de 2018	Karol Conka	Rapper
Abril de 2018	MC Soffia	Rapper
Junho de 2018	Taís Araújo	Atriz

Fonte: Elaborado pelos autores com base no levantamento feito nas capas publicadas (2019).

Considerando as limitações deste artigo e a natureza descritiva de elementos verbais e visuais da análise discursiva intersemiótica (MAINGUENEAU, 2008) que desenvolvemos, selecionamos para uma exploração dos enunciados e das imagens as três capas das edições protagonizadas pela atriz Taís Araújo. Tal recorte se justifica pois abarca

o maior período no intervalo de estudo (julho de 2012 - junho de 2018), uma vez que a atriz, além de ser aquela que em mais capas apareceu, estrelou a primeira e a última capa com mulheres negras. Passamos às análises das dimensões interdiscursivas e intericônicas destes exemplares.

Figura 1 – Primeira capa com uma mulher negra na revista Glamour, em julho de 2012, com Taís Araújo



Fonte: Revista Glamour (2012).

Na edição de julho de 2012, o primeiro ponto a ser destacado 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, sendo subjetivamente construída como alteridade, 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. Além disso, a repetição do dêitico, o pronome possessivo "minha", constrói a identidade da atriz relacionada não ao que ela produziu 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 hipersexualização de mulheres negras, cuja história remonta à 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 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 2 – Tais Araújo na edição comemorativa de abril de 2016



Fonte: Revista Glamour (2016).

Figura 3 – As fotos das quatro personalidades que estamparam as capas especiais de celebração do quarto aniversário da revista, em abril de 2016



Fonte: Revista Glamour (2016).

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; Tais 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 hipersexualização 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, Tais se apresenta como uma mulher negra que exhibe 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 a estética e padrão corporal (“Febre fitness”) e relacionamentos afetivos (“Clube das desquitadas”), construindo 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. Nesta capa, ainda que não numericamente, a mulher negra é equiparada discursivamente a outras mulheres, sujeitas de sucesso. Entretanto, seu corpo segue sendo construído como objeto sexualizado.

Passando à análise das duas últimas capas, referentes à edição de junho de 2018, cerca de dois anos mais tarde, podemos ver novamente Tais 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 4 – As duas opções de capa de junho de 2018, com a atriz Tais Araújo



Fonte: Revista Glamour (2018).

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, Tais 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. 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 tam-

bém 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 Tais 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 Tais, 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. No entanto, ao afirmar que "Taís Araújo "abraça", 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 destacado (MAINGUENEAU, 2015) e dialoga com discursos diversos de busca por autoconhecimento, como o religioso, o filosófico e o de autoajuda.

A imagem da atriz, em ambas as 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. O figurino contemporâneo, ainda que com transparências na saia, não hipersexualiza seu corpo. Na segunda imagem, cuja fotografia opta por um enquadramento em primeiro plano, em um ângulo ascendente, constrói-se uma representação ativa 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.

Além disso, os enunciados das outras chamadas da revista também evidenciam mudanças em relação à representação da atriz, com temas como: "joias" e "milionária antes dos 35 anos", construindo discursivamente a atriz como pessoa de sucesso, em uma perspectiva de ascensão social e de consumo ligada a discursos capitalistas neoliberais. 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 nessa mudança, uma vez que todo discurso se constrói na relação com o contexto sócio-histórico no qual se dá sua enunciação.

Retomando o Mídia Kit, de 2019, é perceptível o objetivo que a revista passa a ter em transmitir uma linha editorial alinhada com as mudanças sociais dos últimos anos, especialmente possibilitadas pelas novas mídias sociais digitais. O enunciado "A forma de consumir informação mudou e nós fomos junto, inovando e mantendo a missão de ser um chacoalhão de atitude no mercado" evidencia a finalidade da publicação em "escancarar a sua revolução". A imagem da capa do produto já parece carregar essa missão, uma mulher negra retinta com cabelos crespos volumosos e com uma maquiagem brilhosa e radiante. 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 nitida, 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 documento, inclusive, é frisado que a publicação conta com a "presença poderosa da colunista Luiza Brazil, que traz reflexões pertinentes e relevantes sobre ser mulher e negra no Brasil" (MÍDIA KIT GLAMOUR BRASIL 2019, [2019]). Brazil é uma influenciadora digital negra que trata constantemente de assuntos relacionados às questões raciais, feminismo etc. Entretanto, entre 2012 e 2018, período que o presente artigo analisa capas da revista *Glamour*, pouco se nota desse *ethos* que é vendido no Mídia Kit. Apesar da publicação afirmar que acredita em uma "beleza democrática, inclusiva e plural para que a leitora sempre encontre identificação" (MÍDIA KIT GLAMOUR BRASIL 2019, [2019]), a mulher negra leitora desta publicação até 2018 não tem essa experiência de "identificação", já que pouco disso está presente em suas capas.

Considerações finais

A revista *Glamour*, no período analisado, mostra-se, de modo geral, um retrato do racismo estrutural que vivenciamos em nossa sociedade, engrenagem que atua significativamente na mí-

dia, construindo e reiterando padrões estéticos eurocêntricos que subalternizam qualquer corpo que não seja o branco. Quando é “dado” um espaço para as mulheres negras na publicação em questão, por exemplo, este é mínimo e atravessado por discursos que estereotipam o corpo feminino negro. Constatamos, infelizmente, que, mesmo a periodização da revista sendo mensal, o número recorde de presença feminina negra em um mesmo ano, 2018, foi quando foram escolhidas três celebridades negras. Analisando discursivamente o processo de construção da representação, por meio dos discursos produzidos nas e pelas capas, é notável a subalternização do corpo negro. A hipersexualização, a submissão da figura feminina à masculina, a manutenção de um padrão de beleza branco ou mais próximo disso são alguns dos pontos que reforçam o discurso racista, sexista e classista de que a figura negra é coadjuvante e menor em sentidos. Há uma tentativa da revista em tocar em suas matérias em assuntos relacionados à diversidade e até mesmo diretamente ao racismo, porém, de maneira objetiva, ela mantém em suas capas, no período analisado, padrões de exaltação da branquitude.

Apesar de podermos enxergar na análise das duas últimas capas com a atriz Taís Araújo uma mudança positiva em relação às demandas colocadas por feministas negras, no que se refere à forma como é representada, na qual a hipersexualização e a ausência de voz própria deram espaço à construção de identidade de mulher (negra) com atitude e intelectualidade, é fundamental investigar o quanto essa mudança está restrita à imagem da atriz ou é reflexo de processos sociais mais amplos e mais estáveis, considerando as tensões e crises pelas quais estamos atravessando, principalmente em relação às questões identitárias. Não podemos afirmar as causas dessa tímida mudança editorial, mas levando em conta o Mídia Kit (2019), aparentemente, essa parece ser uma tentativa, de fato, de uma nova linha da publicação. Obviamente, outros estudos são necessários para compreender essa “transformação”, já que pode resultar, inclusive, de questões mercadológicas que levem a revista à necessidade de se alinhar

com as demandas de seus leitores. De todo modo, o discurso possui um papel central na invenção de outras representações mais éticas para as mulheres negras.

Referências

- 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.
- BORGES, Rosane. Mídia, racismos e representações do outro: ligeiras reflexões em torno da imagem da mulher negra. In: BORGES, R. C. S.; BORGES, R. (org.). *Mídia e racismo*. Petrópolis: DP et alii, 2012. p. 178-203.
- CARNEIRO, Sueli. Enegrecer o feminismo: a situação da mulher negra na América Latina a partir de uma perspectiva de gênero. In: *Portal Geledés*. 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 ago. 2020.
- COLLINS, Patricia H. *Pensamento Feminista Negro*. São Paulo: Boitempo, 2019.
- COLLINS, Patricia. H. Se perdeu na tradução? Feminismo negro, interseccionalidade e política emancipatória. *Revista Parágrafo*, São Paulo, v. 5, n. 1, p. 6-17, 2017.
- COURTINE, Jean-Jacques. *Decifrar o corpo: pensar com Foucault*. Petrópolis: Vozes, 2013.
- FEMINISMO. In: HOUAISS, A. VILLAR, M. S. *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*. 1. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009. p. 885.
- FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade: a vontade de saber*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988.
- GOMES, Nilma. Corpo e cabelo como símbolos da identidade negra. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE EDUCAÇÃO INTERCULTURAL; GÊNERO E MOVIMENTOS SOCIAIS, 2., 2003, Florianópolis. *Anais [...]*. Florianópolis: UFSC, 2003. Disponível em: http://www.titosena.faed.udesc.br/Arquivos/Artigos_textos_sociologia/Negra.pdf. Acesso em: 23 ago. 2020.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1992.
- HALL, Stuart. Quem precisa de identidade? In: SILVA, T. T. (org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais*. Rio de Janeiro: Vozes, 2000. p. 103-133.
- HALL, Stuart. *Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da Unesco no Brasil, 2003.
- HALL, Stuart. Raça, o significante flutuante. *Revista Z Cultural*, Rio de Janeiro, n. 2, ano 8, 2015. Revista não paginada.

HOFF, Tânia M. C. *et al.* O corpo imaginado na publicidade. *Cadernos de Pesquisa – ESPM*, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 9-64, 2005.

HOOKS, bell. Intelectuais negras. *Revista Estudos Feministas*, Santa Catarina, ano 3, 2. sem., p. 464-478, 1995.

HOOKS, bell. *O feminismo é para todo mundo – Políticas arrebatadoras*. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018.

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

MAINGUENEAU, Dominique. *Gênese dos discursos*. São Paulo: Parábola, 2008.

MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. 6. ed. São Paulo: Cortez, 2013.

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

MÍDIA KIT GLAMOUR 2019. [S. l.], 2019. Disponível em: https://irp-cdn.multiscreensite.com/43f3dabf/files/uploaded/GL_MIDIKIT_2019.pdf. Acesso em: 10 ago. 2020.

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

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

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

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

SILVA, Tainan S. e. O colorismo e suas bases históricas discriminatórias. *Direito UNIFACS – Debate Virtual*, Salvador, n. 201, p. 1-19, 2017.

SODRÉ, Muniz. Por um conceito de minoria. In: PAIVA, R.; BARBALHO, A. (org.). *Comunicação e Cultura das Minorias*. 1. ed. São Paulo: Paulus, 2005. v. 1, p. 11-14.

VIANA, Elizabeth. Lélia Gonzalez e outras mulheres: Pensamento feminista negro, antirracismo e antixismo. *Revista da ABPN*, Guarulhos, v. 1, n. 1, p. 52-63, mar./jun. 2010.

Amanda dos Santos Moura

Mestre em Relações Étnico-Raciais (PPRER) pelo Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (Cefet/RJ), com bolsa Cefet/RJ, no Rio de Janeiro, RJ, Brasil; graduada em Comunicação Social (Jornalismo) pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), no Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

Fabio Sampaio de Almeida

Doutor em Linguística Aplicada pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), no Rio de Janeiro, RJ, Brasil; mestre em Letras (Linguística) pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), no Rio de Janeiro, RJ, Brasil; professor do Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (Cefet/RJ), em Petrópolis e no Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

Endereço para correspondência

Fabio Sampaio de Almeida

Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (Cefet/RJ)

Av. Maracanã, 229, Bloco E - 5º andar

Maracanã, 20271-110

Rio de Janeiro, RJ, Brasil

Os textos deste artigo foram revisados pela Poá Comunicação e submetidos para validação do(s) autor(es) antes da publicação.