

REPRESENTATIVIDADE E PUBLICIDADE DAS MULHERES NEGRAS NA CAPA DE REVISTA DA VOGUE BRASIL

Walleria Cardoso de Sousa[1]
Ana Luiza Praes Gomes[2]
Guilherme Gonçalves de Almeida [3]
Juliana de Jesus Fonseca[4]
Saulo Alves Lima[5]
Naiara Vieira Silva Ivo[6]

Introdução: a comunicação midiática desempenha função central na produção de imaginários sociais, sobretudo na definição de padrões estéticos e identitários. No segmento da moda, a Vogue Brasil configura-se como relevante agente de legitimação simbólica, influenciando percepções de beleza, prestígio e pertencimento. Nesse âmbito, a representação da mulher negra em suas capas constitui objeto analítico pertinente, visto que tais imagens tanto reproduzem quanto participam da constituição de valores socioculturais. Investigações precedentes, como a de Ivo e Oliveira (2020), constataram a pouca visibilidade de mulheres negras nas capas do periódico, identificando que apenas 5,6% das edições analisadas conferiam protagonismo a mulheres não brancas, prevalecendo modelos eurocêntricos de beleza. Considerando as recentes transformações nos debates sobre diversidade e inclusão, torna-se oportuno verificar a existência de alterações nesse quadro no contexto contemporâneo. Assim, este estudo objetiva analisar a representatividade e os modos de publicidade de mulheres negras nas capas da Vogue Brasil entre 2021 e 2025, com vistas a identificar avanços, permanências e oscilações na construção dessas imagens. **Método:** trata-se de pesquisa de natureza básica, com finalidade exploratória, de caráter bibliográfico e documental, que adota abordagem quali-quantitativa complementar. O estudo configura-se como desdobramento da investigação de Ivo e Oliveira (2020), preservando coerência metodológica com a proposta original. Empregou-se a técnica de análise de conteúdo sistematizada por Bardin (2011), aplicada à interpretação de signos visuais, verbais e simbólicos presentes nas capas. Para assegurar comparabilidade e padronização do corpus, estabeleceu-se como critério a seleção de uma capa principal por mês, totalizando 12 exemplares anuais. Desse modo, o corpus analítico compreendeu 60 capas da *Vogue Brasil* publicadas entre 2021 e 2025. A identificação das mulheres negras fundamentou-se em critérios fenotípicos, conforme classificação do Instituto Brasileiro de

[1] Acadêmica do 3º Período do curso de Administração – Universidade Estadual de Montes Claros (Unimontes).
[2] Acadêmica do 3º Período do curso de Administração – Universidade Estadual de Montes Claros (Unimontes).
[3] Acadêmico do 3º Período do curso de Administração – Universidade Estadual de Montes Claros (Unimontes).
[4] Acadêmica do 3º Período do curso de Administração – Universidade Estadual de Montes Claros (Unimontes).
[5] Acadêmico do 3º Período do curso de Administração – Universidade Estadual de Montes Claros (Unimontes).
[6] Docente do curso de Administração – Universidade Estadual de Montes Claros (Unimontes). Orientadora do trabalho.



Geografia e Estatística (IBGE), por meio do procedimento de heteroatribuição. Os dados foram sistematizados em planilhas, possibilitando a quantificação das ocorrências e a análise comparativa entre os anos investigados e o período examinado no estudo anterior. Adicionalmente, os dados secundários foram complementados por informações provenientes de bases digitais públicas, como listas organizadas de capas da revista, com o objetivo de ampliar a consistência e a confiabilidade do levantamento. **Resultados**: os resultados evidenciam incremento significativo da presença de mulheres negras nas capas da Vogue Brasil em relação ao período entre 1975 e 2020, analisado por Ivo e Oliveira (2020). No recorte de 2021 a 2025, considerando uma capa principal mensal, constatou-se que 45% das capas analisadas apresentavam mulheres negras, o que denota crescimento expressivo frente aos 5,6% anteriormente registrados (Tab. 1). Todavia, a distribuição anual revela variações relevantes. Em 2021, registrou-se 66,6% de capas com mulheres negras, seguido por 58,3% em 2022, indicando um momento de maior visibilidade. Em 2023, observa-se decréscimo para 25%, intensificado em 2024, com 16,6%. Já em 2025, verifica-se retomada expressiva, atingindo novamente 58,3%. Os dados demonstram que, apesar do avanço no período recente, a representatividade não se apresenta de forma estável ao longo dos anos. **Discussão:** a análise indica que o aumento da presença de mulheres negras nas capas da Vogue Brasil não ocorre de modo linear, mas de forma oscilatória, sugerindo que a representatividade pode estar atrelada a estratégias editoriais e mercadológicas circunstanciais. Embora os percentuais recentes sejam superiores aos identificados no estudo precedente, a instabilidade constatada sugere que a inclusão ainda não se consolidou como prática editorial contínua. Ademais, a análise qualitativa aponta que, em parcela considerável dos casos, a representação da mulher negra permanece vinculada a padrões estéticos legitimados pelo campo da moda, tais como corpos magros, enquadramentos sofisticados e aproximação a traços compatíveis com o ideal eurocêntrico. Tal cenário pode ser interpretado a partir de Bourdieu (1983), que assinala a existência de um capital simbólico orientador das escolhas estéticas e mantenedor de hierarquias sociais. Desse modo, a presença de mulheres negras pode configurar uma adaptação mercadológica às demandas contemporâneas por diversidade, sem implicar, necessariamente, transformação estrutural nas formas de representação. A concentração de maior diversidade em anos específicos e sua redução em outros reforça a hipótese de que a visibilidade negra é, em parte, condicionada e estratégica, não plenamente incorporada ao padrão editorial. **Considerações finais:** conclui-se que houve avanço significativo na representatividade de mulheres negras nas capas da Vogue Brasil entre 2021 e 2025, especialmente em comparação ao histórico de exclusão identificado em estudos anteriores. Contudo, essa evolução apresenta limitações substanciais, dado que a presença dessas mulheres ocorre de maneira irregular e, com frequência, associada a padrões estéticos previamente consolidados. Observa-se, portanto, a transição de um contexto de invisibilidade para uma visibilidade ampliada, embora ainda condicionada. A efetivação de uma representatividade diversa demanda não apenas ampliação quantitativa, mas também diversificação das formas de representação, contemplando maior pluralidade de corpos, traços e identidades. Como limitação, destaca-se o recorte restrito às capas principais, excluindo variações editoriais e demais conteúdos da revista. Sugere-se, para investigações futuras, a ampliação do escopo analítico e a análise da representatividade em outros segmentos da mídia de moda, de modo a aprofundar o debate sobre diversidade e inclusão.

Palavras-chave: Representação Social. Mulher Negra. Mídia. Publicidade. Moda.



Referências:
BARDIN, L. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 2011.
BOURDIEU, P. Gostos de classe e estilos de vida. In: ORTIZ, R. (org.). Sociologia. São Paulo: Ática, 1983.
CARVALHO, J. J. Racismo fenotípico e estéticas da segunda pele. Revista Cinética, 2008.
CASTELLS, M. O poder da comunicação. 4. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2019.
IVO, N. V. S.; OLIVEIRA, W. A. M. Cor, consumo e distinção simbólica nas representações da mulher negra nas capas da revista Vogue Brasil, 2020.
OSÓRIO, R. G. O sistema classificatório de cor ou raça do IBGE. Brasília: Ipea, 2003.



Tabela 1. Representatividade de mulheres negras nas capas da Vogue Brasil (2021–2025).

Ano	Total de capas	Mulheres negras	Mulheres brancas	% negras
2021	12	8	4	66,6%
2022	12	7	5	58,3%
2023	12	3	9	25%
2024	12	2	10	16,6%
2025	12	7	5	58,3%



Figura 1. Exemplos de capas da Vogue Brasil nos diferentes níveis de representatividade de mulheres negras (2021–2025).

Fonte: Vogue Brasil (2021–2025).



Para fins de transparência metodológica e reprodutibilidade da pesquisa, o conjunto completo das capas analisadas encontra-se disponível em repositório digital organizado pelos autores, acessível em: https://drive.google.com/drive/folders/1Yu7gzPeosZoDimVR3b-sSZJhhQZXgbCS.