



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO  
CENTRO DE CIÊNCIAS DE IMPERATRIZ – CCIM  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL/HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

LOUDEGLAN ALVES LIMA

**A INTERSECCIONALIDADE COMO PAUTA:**

Desvendando a complexidade da representatividade nas capas da *Revista Raça* ao longo de 27  
anos

IMPERATRIZ/MA

2024

LOUDEGLAN ALVES LIMA

**A INTERSECCIONALIDADE COMO PAUTA:**

Desvendando a complexidade da representatividade nas capas da *Revista Raça* ao longo de 27  
anos

Trabalho de conclusão de curso apresentado à  
Universidade Federal do Maranhão (UFMA), campus  
Imperatriz, como parte das exigências para obtenção  
do título de Jornalista.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Thaísa Bueno

IMPERATRIZ/MA

2024

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).  
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Alves Lima, Loudeglan.

A INTERSECCIONALIDADE COMO PAUTA: Desvendando a complexidade da representatividade nas capas da Revista Raça ao longo de 27 anos / Loudeglan Alves Lima. - 2024.  
81 p.

Orientador(a): Thaísa Cristina Bueno.

Monografia (Graduação) - Curso de Comunicação Social - Jornalismo, Universidade Federal do Maranhão, Ufma, Imperatriz, 2024.

1. Interseccionalidade. 2. Representatividade. 3. Revista Raça. 4. . 5. . I. Cristina Bueno, Thaísa. II. Título.

LOUDEGLAN ALVES LIMA

**A INTERSECCIONALIDADE COMO PAUTA:**

Desvendando a complexidade da representatividade nas capas da *Revista Raça* ao longo de 27 anos

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Universidade Federal do Maranhão (UFMA), campus Imperatriz, como parte das exigências para obtenção do título de Jornalista.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Thaísa Bueno

Aprovado em: 18.09.2024

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Thaísa Cristina Bueno (Orientadora)

---

Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Michelly Santos de Carvalho (Examinadora)

---

Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Luciana da Silva Souza (Examinadora)

IMPERATRIZ/MA

2024

## AGRADECIMENTOS

Essa é uma carta aberta, escrita por alguém para alguém muito especial.

Eu não consigo entender o porquê, o mundo, o universo ou alguém continua tirando pedaços de mim. Acordo todos os dias pela manhã e penso “será que um dia vai restar algum pedaço de mim?”, aí na minha cabeça eu crio um mundinho só meu, abro o celular todas as manhãs pra te mandar um áudio no WhatsApp, como sempre fazia, você não tá online e não responde. Olho nossas fotos e vejo nossos vídeos e fico ouvindo seus áudios, parece que quando voltar pra casa ainda vou te encontrar, porque o sentimento disso tudo não é real. Também não consigo entender porque você se foi, eu tento ter motivos para compreender toda essa situação, mas todos eles são falhos!

E por fim, digo que escrevo para alguém porque não quero que tenha seu nome aqui, porque ainda é difícil associar você a isso. Desculpe, ainda não consigo.

O que consigo ver hoje, é que as pessoas querem que eu fale sobre você! Eu consigo falar por horas sobre você! Porque eu ainda sinto que você está aqui, as pessoas insistem em dizer que tudo isso vai passar, que vai ficar tudo bem, nesse momento fico sem resposta. Mas quando estou sozinho, eu tento, eu luto, eu faço de tudo para compreender. Hoje até minhas lágrimas estão difíceis cair, eu não consigo externar minha dor, não consigo descrever sensações e sentimentos que são meus. Vai ficar tudo bem? Será que algum dia vai ficar tudo bem?

Eu de novo não tenho uma resposta, mas eu queria ficar bem, eu quero tentar, mas é difícil sem você aqui. Hoje eu queria te contar tudo... sobre como eu não sei inovar nas minhas receitas culinárias, sobre as receitas loucas para emagrecer, ou tentar né? Sobre qualquer coisa sabe? Não dá pra deixar de viver no meu mundinho particular que ainda tenho você, pra “tentar” viver no mundo real onde as pessoas dizem que eu não te tenho mais!

Esse texto não tem uma linha de raciocínio clara e específica, eu venho aqui no meu bloco de notas todos os dias e escrevo o que eu quero contar, mas infelizmente não posso! Sinto que até nisso fui impedido de fazer, não é a mesma coisa! Não surte efeito!

Parece que não ouvir seus áudios gritando comigo não faz meu dia ficar bem, são dias difíceis, eu não sei como viver assim...

Eu lembro de como era fazer você embarcar nas minhas loucuras, quando pintava o cabelo todo mês e você falava que estava “ridículo” só para eu parar de pintar, você comprava minhas ideias do brechó, apostava todas as fichas em mim. Era uma coisa nossa! Só nossa! Eu te fazia sair do seu crochê na cama para a máquina de costura, eu inventava algumas ideias para dar uma customizada nas roupas e você fazia tudo.

Eu amava ser seu fotógrafo particular, mandava você fazer as poses ideais e era sempre no mesmo lugar da casa, eram sempre as mesmas poses, era sempre no mesmo horário antes de ir para a igreja, eu no quarto e você me chamava.

Enfim, um dia eu termino de te contar tudo, eu sei que vou te ver em breve tá?

De: alguém

Para: Alguém muito especial! Você!

Àquela que me deu à luz e continua sendo, mesmo após sua partida. Que fez com que minhas noites sombrias fossem iluminadas por uma estrela no céu.  
Marinalva Ribeiro Alves Lima – *In Memoriam*

## RESUMO

Esta monografia propõe uma análise descritiva da representatividade interseccional nas capas da *Revista Raça* ao longo de 27 anos. Ao adotar a interseccionalidade como principal lente teórica, a pesquisa busca explorar de que maneira essa abordagem específica se reflete nas escolhas editoriais da revista em relação a questões de raça, gênero e outras formas de identidade social. Nesse contexto, o objetivo geral desvenda e interpreta os padrões presentes nas capas ao longo do tempo, identificando evoluções, lacunas e desafios no que diz respeito à representação de diversas interseccionalidades na mídia brasileira. A análise detalhada aborda não apenas as imagens presentes nas capas, mas também as narrativas contidas e as mensagens simbólicas transmitidas. Através desse exame, a pesquisa não apenas documenta a presença de diferentes grupos sociais nas capas da *Revista Raça*, mas também avalia como essas representações impactam a percepção do público sobre a diversidade e a inclusão. O projeto considera o papel da revista como um meio influente na construção de narrativas sociais e examinará criticamente como as interseccionalidades são incorporadas ou negligenciadas em um contexto midiático específico. Além disso, o estudo contempla uma análise comparativa ao longo das décadas, levando em consideração mudanças sociais, políticas e culturais que podem ter influenciado as representações visuais na revista. Dessa forma, o presente trabalho oferece uma visão abrangente das dinâmicas complexas envolvidas na produção de imagens e na promoção de narrativas inclusivas em um veículo de comunicação de grande visibilidade como a *Revista Raça*.

**Palavras-chave:** Interseccionalidade. Representatividade. *Revista Raça*.

## ABSTRACT

This monography proposes an in-depth analysis of intersectional representation on the covers of *Raça Magazine* over 27 years. By adopting intersectionality as the main theoretical lens, the research aims to explore how this specific approach is reflected in the editorial choices of the magazine regarding race, gender, and other forms of social identity. In this context, the goal is to unravel and interpret patterns present on the covers over time, identifying evolutions, gaps, and challenges concerning the representation of various intersectionalities in Brazilian media. The detailed analysis will address not only the images on the covers but also the underlying narratives and symbolic messages conveyed. Through this examination, the intention is not only to document the presence of different social groups on *Raça Magazine* covers but also to assess how these representations impact the public's perception of diversity and inclusion. The project will consider the magazine's role as an influential medium in shaping social narratives and critically examine how intersectionalities are incorporated or overlooked in a specific media context. Additionally, the study will involve a comparative analysis across decades, taking into account social, political, and cultural changes that may have influenced visual representations in the magazine. Thus, the aim is to provide a comprehensive view of the complex dynamics involved in image production and the promotion of inclusive narratives in a highly visible communication outlet such as *Raça Magazine*.

**Keywords:** Intersectionality. Representation. *Raça Magazine*.



## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> – Revista nº 2 .....	40
<b>Figura 2</b> – Revista nº 24 .....	42
<b>Figura 3</b> – Revista nº 25 .....	47
<b>Figura 4</b> – Revista nº 42 .....	48
<b>Figura 5</b> – Revista nº 47 .....	49
<b>Figura 6</b> – Revista nº 48 .....	51
<b>Figura 7</b> – Revista nº 27 .....	53
<b>Figura 8</b> – Revista nº 38 .....	55
<b>Figura 9</b> – Revista nº 69 .....	57
<b>Figura 10</b> – Revista nº 71 .....	58
<b>Figura 11</b> – Revista nº 62 .....	60
<b>Figura 12</b> – Revista nº 70 .....	61
<b>Figura 13</b> – Revista nº 59 .....	64
<b>Figura 14</b> – Revista nº 61 .....	65
<b>Figura 15</b> – Revista nº 63 .....	66
<b>Figura 16</b> – Revista nº 64 .....	67
<b>Figura 17</b> – Revista nº 67 .....	68
<b>Figura 18</b> – Antes e depois das fases.....	68
<b>Figura 19</b> – Perfil público da <i>Revista Raça</i> na plataforma social Instagram.....	78
<b>Figura 20</b> – Opções de assinatura versão digital da <i>Revista Raça</i> .....	79
<b>Figura 21</b> – Opções de conteúdo de assinatura versão digital da <i>Revista Raça</i> .....	80

## LISTA DE QUADROS

<b>Tabela 1</b> – Raça.....	59
<b>Tabela 2</b> – Peso.....	60
<b>Tabela 3</b> – Orientação Sexual.....	60
<b>Tabela 4</b> – Idade.....	61
<b>Tabela 5</b> – Identidade de Gênero.....	61
<b>Tabela 6</b> – Geolocalização.....	62

## **ANEXOS**

<b>ANEXO 1.</b> EDIÇÕES PUBLICADAS “ <i>REVISTA RAÇA 100</i> ” .....	85
<b>ANEXO 2.</b> EDIÇÕES PUBLICADAS “ <i>REVISTA RAÇA 200</i> ” .....	89

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>1. SEGMENTAÇÃO NO JORNALISMO: A Capa de Revista como Espaço de Destaque .....</b>	<b>13</b>
1.1. Panorama do Jornalismo Segmentado .....	13
1.1.1. Segmentação da sociedade .....	14
1.1.2. Nas revistas ou nos jornais .....	15
1.2. O surgimento da imprensa negra no Brasil .....	17
1.2.1. Revistas Negras – Desenvolvendo identidades .....	20
1.3. A importância da capa de revista como veículo de expressão .....	18
<b>2. REVISTA RAÇA: História e Importância .....</b>	<b>31</b>
<b>3. REPRESENTATIVIDADE NA CAPA: Quem tem Espaço? .....</b>	<b>36</b>
3.1. Primeira fase: afirmações contundentes positivas .....	36
3.1.1. “A revista do negro brasileiro” .....	37
3.1.2. Capa e matéria principal .....	39
3.1.3. Editorial .....	39
3.1.4. Pardos como negros .....	40
3.1.5. Personalidades como exemplo de sucesso .....	45
3.1.6. Beleza e autoestima .....	52
3.2. Segunda fase: autoestima e visibilidade .....	56
3.2.1. Capa e matéria principal .....	56
3.2.2. Editorial .....	57
3.2.3. Pardos como negros .....	58
3.2.4. Personalidades como exemplo de sucesso .....	59
3.2.5. Visibilidade, beleza e autoestima .....	62
3.3. Comparativos da primeira e segunda fase .....	69
3.4. Capa de revista como espaço de privilégio .....	70
<b>4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS – PASSADO E PRESENTE .....</b>	<b>73</b>
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>81</b>
<b>6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>83</b>
<b>7. ANEXOS</b>	

## INTRODUÇÃO

O presente estudo foi instigado pela crescente relevância das temáticas de interseccionalidade (Crenshaw, 1989; 1991), raça, classe (Davis, 1981; Lorde 1984), gênero e perspectivas decoloniais, terem sido objeto de debates no Núcleo Interdisciplinar de Estudo, Pesquisa e Extensão em Gênero e Feminismos - Maria Firmina dos Reis da Universidade Federal do Maranhão/UFMA – Campus Imperatriz. A observação de como essas questões interagem de maneira complexa e multifacetada na sociedade contemporânea, juntamente com a percepção de lacunas significativas no jornalismo em relação a esses debates, serviram como catalisador para a concepção da proposta. Portanto, o estudo busca unir a esfera da comunicação, com foco no jornalismo segmentado, criando uma ponte interdisciplinar que permitirá uma compreensão mais aprofundada dos desafios e oportunidades que surgem nesse contexto sociocultural.

As combinações temáticas de interseccionalidade com o jornalismo segmentado tiveram origem em uma disciplina optativa oferecida no curso de Comunicação Social/Jornalismo, na qual as ligações temáticas revelaram-se estimulantes e desafiadoras. Essa experiência serviu como a semente inicial para a concepção da presente pesquisa, buscando trazer uma perspectiva interdisciplinar que permitirá uma análise sobre raça, classe, gênero e a relação desses temas com o universo do jornalismo segmentado.

A representação da diversidade é um tema central no jornalismo, especialmente quando se trata das capas de revistas. Segundo Ali (2009), a capa de revista se destaca como um espaço de privilégio, tendo como sua principal função chamar a atenção do leitor. Este trabalho se propõe a analisar as capas da *Revista Raça*<sup>1</sup>, como um espaço onde as narrativas de representação são construídas. A escolha do objeto de pesquisa reside no fato de ser uma das primeiras revistas no Brasil dedicadas a abordar conteúdos relacionados especificamente à comunidade negra. Nesse contexto, o *corpus* dessa análise envolveu 116 produções<sup>2</sup> editoriais de representações e temas presentes nas capas da

---

<sup>1</sup> <https://revistaraca.com.br/> . Disponível em: 28 set. 2024.

<sup>2</sup> [https://docs.google.com/spreadsheets/d/1E-0sB-ur\\_cCEFQoQ8jB0k4tzDsFHrRSTVHUmR2r8LA/edit#gid=1257630389](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1E-0sB-ur_cCEFQoQ8jB0k4tzDsFHrRSTVHUmR2r8LA/edit#gid=1257630389) . Disponível em: 26 nov. 2023.

revista ao longo dos seus 27 anos, investigando a evolução temática e as dinâmicas de visibilidade na mídia negra.

O que norteia esta investigação se delimita na seguinte pergunta: Como a *Revista Raça* tem representado as pautas interseccionais nas capas ao longo de 27 anos? Essa pergunta converge para uma análise descritiva das escolhas editoriais da revista, buscando identificar padrões, evoluções e nuances nas representações visuais das interseccionalidades, proporcionando assim uma compreensão mais completa do impacto da mídia na construção e reflexão da diversidade e inclusão na sociedade. A relevância desse tema está intrinsecamente ligada à busca por uma mídia mais diversa e representativa. As escolhas editoriais da *Revista Raça* não apenas contribuem para compreender a evolução histórica da representação negra na mídia brasileira, mas também destaca a importância da revista como plataforma de visibilidade e discussão sobre a população negra.

O objetivo geral desta pesquisa é analisar o conteúdo representativo interseccional nas capas da *Revista Raça* ao longo de seus 27 anos de existência. Para atingir esse objetivo, são delineados objetivos específicos: identificar padrões de representação que reflitam a dinâmica cultural, social e política do Brasil ao longo das décadas; compreender as dinâmicas de visibilidade na mídia negra; observar criticamente a mudança histórica da representação negra nas capas da revista, investigando quem é colocado sob os holofotes.

A metodologia da pesquisa envolve uma abordagem longitudinal, analisando uma amostra representativa de edições da *Revista Raça*. Utiliza-se da Análise de Conteúdo de Bardin (1977) e Guerra (2006), com conceitos teóricos de Scalzo (2011), Benetti (2013), Buitoni (2009), Moreno (2017), Wolf (1992), Ali (2009) e Santaella (2012). Para categorizar as capas, recorreu às categorias de acordo com o quadro metodológico criado por Carrera (2020), denominado “roleta interseccional”, para estudos sobre interseccionalidade em comunicação. De acordo com a autora, diferentes aspectos, como representatividade racial, temas abordados, fontes entrevistadas e estilos de vida (identidade de gênero, raça, classe, peso, idade, deficiência, geolocalização e orientação sexual). Esta pesquisa analisa a transformação da representatividade interseccional nas capas da *Revista Raça*, considerando a presença de modelos e personalidades negras, temas interseccionais e as pautas de diferentes identidades. Para essa empreitada é

necessário compreender não apenas as mudanças visuais, mas sobretudo as sutilezas que permeiam a relação entre a revista, seus leitores e a sociedade em geral.

A monografia está estruturada em quatro capítulos. O primeiro capítulo aborda aspectos da segmentação no jornalismo, levando em conta um panorama amplo de como esta especialização é vista, onde a produção é focada exclusivamente pensando no leitor final do produto. O segundo trata da história e a importância da *Revista Raça* como um potente meio de comunicação voltado para população negra brasileira da época e como até hoje temos reflexos dessa autoridade para a construção de uma valorização de identidade. O seguinte capítulo descreve o processo metodológico adotado para a construção do estudo. Ele detalha o uso do Excel para a extração e análise de dados significativos, que permitiram uma investigação mais aprofundada das capas da revista. O último capítulo contém a discussão de análise dos dados, relacionando o passado e o presente da revista ao longo dos seus 27 anos de publicação, gerando um debate sobre a representação interseccional nas capas.

## **1. SEGMENTAÇÃO NO JORNALISMO: A CAPA DE REVISTA COMO ESPAÇO DE DESTAQUE**

### **1.1. Panorama do Jornalismo Segmentado**

Conforme Carmen Carvalho (2007, p. 10), o jornalismo especializado envolve a fragmentação da informação: "Transmissão direcionada de dados sobre tópicos específicos e voltados a públicos determinados, apresentando as notícias de modo particular" (Bahia apud Carvalho, 2007, p. 10). O público é um fator determinante nessa etapa de produção, pois a partir desse direcionamento surge a segmentação no jornalismo, onde a produção é focada exclusivamente pensando no leitor final do produto.

Conforme Fontcuberta (1993) em relação à determinadas segmentações, é fundamental considerar apenas os conteúdos, independentemente do meio utilizado para sua comunicação ou da audiência. "É importante reiterar que não são os meios que conferem especialização, mas sim os conteúdos. De qualquer forma, os novos meios facilitam a disseminação dos conteúdos especializados, embora, nos dias atuais, tenha sido a imprensa a principal impulsionadora da especialização" (Fontcuberta apud Tavares, 2009, p. 119).

Segundo Carvalho (2007), um dos primeiros e mais notáveis exemplos históricos do jornalismo especializado em jornais é evidenciado por "Os Sertões", de Euclides da Cunha, que serviu como um modelo, no início do século XX, para os futuros cadernos de cultura. As reportagens do autor eram extensas e densas, caracterizadas por um estilo que não demonstrava consideração com o leitor.

O jornalismo segmentado pode ser visto como uma consequência da fragmentação social contemporânea e, simultaneamente, como um reflexo positivo da formação de grupos sociais baseados nas atividades profissionais dos indivíduos (Rovida, 2011, p. 38). A segmentação não é exclusiva da prática jornalística, tampouco o jornalismo segmentado se limita ao formato impresso.

Carvalho (2007) também ressalta a influência da internet em fortalecer o foco no público leitor. Esta questão é exemplificada pela explicação de Edward W. Jones, editor do *The Free Lance-Star*, da Virgínia, Estados Unidos, durante um fórum promovido pela ASNE (*American Society of Newspaper Editors*):



Cinco ou dez anos atrás, nosso foco estava voltado exclusivamente ao conteúdo, a questão era sempre a mesma 'esta é uma boa história?' Agora eu tenho de pensar 'esta história estará conectada com os estilos de vida dos meus leitores?' Isso é marketing, e é algo que eu nunca tinha pensado a respeito" (DINES, VOGT, MELO, 1997). Esse foco no público identificou uma fragmentação de interesses, caracterizando um público de muitas matizes, não mais composto apenas de homens e de mulheres, mas de determinada profissão ou idade, mulheres da cidade grande e da pequena, do empresário e do funcionário público, assim por diante (DINES, VOGT, MELO, 1997, p? apud CARVALHO, 2007, p. 6).

A segmentação, antes de ser considerada uma modalidade jornalística, é uma técnica de marketing. Como afirmado por Vallada (apud Carvalho, 2007, p. 7), "Nenhuma empresa tem capacidade suficiente para oferecer todos os produtos ou serviços exigidos por todos os consumidores." Dessa maneira, as empresas de comunicação que produzem jornais diários fazem parte do setor de informação, e seus leitores também formam um segmento específico.

### **1.1.2. Nas revistas e jornais**

Uma das primeiras publicações brasileiras a adotar uma abordagem mais centrada nos interesses do leitor foi a *Folha da Noite*, atualmente conhecida como *Folha de S. Paulo*, fundada em 1921. Foi uma iniciativa de Olival Costa e Pedro Cunha, ao lançarem também a *Folha da Manhã*. Ambas as publicações compartilhavam o mesmo conteúdo, mas eram distribuídas e veiculadas em horários diferentes (como indicado pelos próprios títulos), alcançando, dessa forma, públicos distintos. Conseqüentemente, os jornais "apresentavam praticamente o mesmo conteúdo, mas a maneira de transmitir a mensagem era distinta, com a primeira (Folha da Noite) sendo mais popular, inclusive dirigindo-se aos trabalhadores, enquanto a segunda adotava uma abordagem mais sóbria" (Taschner apud Carvalho, 2007, p. 11).

O jornalismo pode explorar várias "camadas", sendo que essa profundidade se torna ainda mais evidente nas revistas especializadas. Conforme destacado por Mira (1997, p. 233), "No universo das revistas, já segmentado por natureza, esse processo é ainda mais acentuado. Tanto que a Editora Abril criou, em 1986, uma nova empresa dedicada exclusivamente ao mercado de revistas segmentadas, a Editora Azul."

Em geral, a presença de uma publicação especializada em um tema específico indica que há um público interessado naquele assunto, buscando informações mais

detalhadas. "Historicamente, a especialização jornalística está vinculada, em grande parte, à evolução dos meios de comunicação e à formação de grupos sociais consumidores de mídia cada vez mais distintos" (Tavares, 2009, p. 117). A segmentação resulta dessa demanda, conforme explicado por Berganza Conde: "A especialização jornalística é consequência, em grande medida, das exigências do público, cada vez mais diversificado, que busca conteúdos específicos alinhados aos seus interesses e que sejam abordados com profundidade e rigor. Em última análise, com qualidade informativa" (Conde apud Tavares, 2009, p. 117).

No entanto, a segmentação não se restringe apenas às revistas. Nos jornais, essa divisão é observada desde a criação das editorias. Em entrevista a Carmen Carvalho, Kardec Pinto Vallada exemplificou: "O caderno de telenovela para a mãe, o de esporte ou de curiosidade para adolescentes para o filho, o de economia para o pai. Dessa forma, atraindo todos os membros da família por meio da segmentação, as empresas garantem o lucro" (Carvalho, 2007, p. 8). Além disso, podemos citar os suplementos, que ganharam destaque no Brasil na década de 1960. Nessa época, *O Estado de S. Paulo* lançou a Edição dos Esportes, o caderno de turismo e os suplementos: Agrícola, Feminino e Suplemento Literário. Outros grandes jornais seguiram essa tendência, iniciando a publicação de suplementos regulares.

A evolução do jornalismo segmentado acompanha as mudanças na sociedade. Na década de 1970, por exemplo, a especialização em economia substituiu a política, reprimida pelo regime militar. Com a fidelização do público e as mudanças nos hábitos de consumo, o tema foi elevado ao status de editoria. Entre 1980 e 1990, o jornalismo especializado se desenvolveu no formato de empresas e passou por transformações de conteúdo, apresentando matérias mais detalhadas e criativas.

Um veículo de comunicação segmentado, como um jornal ou uma revista, representa sempre um investimento relativamente mais arriscado em comparação com aqueles menos especializados, pois depende de um público menor de leitores e anunciantes para sustentar sua publicação.

Rovida (2011) refere-se aos veículos totalmente especializados usando expressões como "superespecialização" e "segmentação de público". Para a autora, o jornalismo especializado está inserido nos veículos de comunicação de massa. "O jornalismo especializado normalmente remete-se a uma editoria do jornalismo de informação geral,

não sendo considerado um fenômeno ou modalidade à parte, mas uma característica do jornalismo de informação geral contemporâneo” (Rovida, 2011, p. 51). O jornalismo especializado seria “um estágio anterior à especialização dos veículos segmentados”.

## **1.2. O surgimento da imprensa negra no Brasil**

Nos primeiros anos do século XX, São Paulo emergiu como um cenário significativo na formação de uma comunidade negra ativa. Segundo o antropólogo José Carlos Gomes da Silva (2006), o desenvolvimento inicial da indústria proporcionou oportunidades de trabalho para ex-escravos, embora suas ocupações ainda se assemelhassem às desempenhadas no período escravocrata, com trabalho manual árduo. Homens eram frequentemente encarregados de tarefas como transporte de sacos de café pesados, enquanto mulheres encontravam emprego como domésticas nas residências da elite paulistana.

Apesar das condições adversas, algumas famílias negras conseguiram acumular riqueza e construir um patrimônio, o que permitiu uma inclusão social relativamente melhor para seus descendentes. Essa pequena, mas influente, classe de negros em São Paulo foi denominada "elite negra" (Gonzalez, 1983). Paralelamente, a imprensa começou a desempenhar um papel importante na promoção da união e visibilidade da comunidade negra, mesmo que suas contribuições fossem menos evidentes.

O sociólogo Clóvis Moura (1988) observa que a imprensa voltada para a comunidade negra foi amplamente negligenciada e frequentemente considerada como tendo pouca relevância, permanecendo na penumbra da história. De acordo com Moura (1988), essa imprensa emergiu por volta de 1915, com a fundação do jornal negro *O Menelick*, que teve uma existência relativamente curta, cessando sua circulação por volta de 1963.

O propósito central da produção contínua desse jornal era destacar a riqueza e diversidade da cultura e identidade da comunidade negra, além de abordar questões políticas pertinentes ao grupo. No entanto, ao longo do tempo, a importância desses veículos de comunicação foi subestimada, levando à sua marginalização e, eventualmente, ao esquecimento. Durante seu período de atividade, a imprensa negra desempenhou um papel vital ao fornecer uma plataforma para expressar as demandas e experiências da comunidade negra. Os jornais serviam como um espelho das lutas e

reivindicações dessas comunidades, além de oferecerem uma variedade de informações sobre o cotidiano dos negros, incluindo atividades de lazer, eventos culturais e políticos (Silva, 2006, p.44).

Esses jornais foram fundamentais para conscientizar a comunidade negra, fornecendo uma voz para suas preocupações e aspirações. Eles desempenharam um papel importante no desenvolvimento das escolas de samba em São Paulo e no ativismo negro nas décadas de 1930. Apesar das limitações de recursos, esses periódicos enfatizavam a importância da autoestima e da educação entre os negros, desafiando estereótipos e promovendo a mobilidade social (Moura, 1988).

O negro deve educar-se para “subir na vida”, conseguir demonstrar que ele também pode chegar aos mesmos níveis do branco através do aprimoramento educacional. Para isso, deve deixar os vícios como o alcoolismo, a boemia, deve abster-se de praticar arruaças em bailes, deve ser um modelo de cidadão. Em quase todas as publicações é visível a preocupação com uma ética puritana capaz de retirar o negro da sua situação de marginalização (Moura, 1988, p. 205).

A música também desempenhou um papel importante na valorização da cultura negra, servindo como um meio para reafirmar as raízes africanas. Os jornais anunciavam os encontros de sambistas de São Paulo e de cidades próximas, buscando fortalecer os laços culturais. Segundo Silva (2006), os meios de comunicação impresso desempenharam um papel fundamental na promoção da identidade étnica, contribuindo para o desenvolvimento da imprensa negra paulista, como denominada por pesquisadores como Roger Bastide (1973). Esses veículos de comunicação expressavam de forma enfática a organização e o discurso da comunidade negra marginalizada.

Moura (1988) relata que a primeira fase da imprensa negra foi identificada por Roger Bastide (1973), iniciando-se em 1915 com o *Menelik*. Inicialmente, o jornal tinha como objetivo fornecer informações jornalísticas, mas na segunda fase, houve uma preocupação mais evidente com a política de inclusão do negro na sociedade. O jornal *A voz da Raça* era particularmente político, representando as demandas da Frente Negra Brasileira, que buscava o reconhecimento como partido.

Durante o primeiro período, o jornal mais influente foi o *Clarim da Alvorada*, estabelecido em 1924, mobilizando negros em busca de uma representação mais ampla.

Observava-se uma tentativa da "elite negra" de construir uma identidade étnica, e os jornais desempenharam um papel significativo na legitimação da imprensa negra paulista.

Moura (1988) também discute a periodização mais extensa proposta por Miriam Nicolau Ferrara, que abrange até o ano de 1963. Segundo o sociólogo, essa periodização mais recente oferece uma visão abrangente da imprensa negra, dividindo-a em três períodos distintos: de 1915 a 1923, de 1924 a 1937 e de 1945 a 1963.

A imprensa negra lançou diversos títulos durante esse período, e Moura (1988) destaca a distribuição eficiente desses jornais ao longo dos anos. Apesar de não cobrir amplamente os eventos políticos da época, essa imprensa fortaleceu na luta pela preservação da identidade étnica e na tentativa de integração do negro na sociedade. No entanto, é fundamental questionar a necessidade de uma imprensa alternativa e segmentada em um contexto em que a democracia racial era parte do discurso das classes dominantes.

### **1.2.1. Revistas Negras – Desenvolvendo identidades**

Reconhecer as expressões de uma identidade étnica negra como um fator comum entre os negros pode ser considerado algo de grande relevância. Conforme apontado pelo jornalista Joel Zito Araújo (2000), todas essas demandas estão intimamente ligadas ao desejo de pertencimento de uma comunidade que compartilha a experiência de exclusão. Um dos elementos cruciais para a construção dessa identidade é estabelecer mecanismos que combatam qualquer forma de discriminação racial, além de promover a valorização dos traços fenotípicos, das origens africanas e de toda a história da diáspora negra (Araújo, 2000). O autor destaca que há um aumento significativo na visibilidade em prol do reconhecimento da identidade negra entre os negros, citando vários exemplos disso:

[...] ação dos militantes negros em sindicatos e partidos políticos, que introduzem plataformas de combate à discriminação racial nas resoluções de assembleias, encontros e congressos; [...] o sucesso editorial de uma revista dirigida a população negra: *Raça Brasil*. [...] as pesquisas de mercado que apontam a existência de um significativo público consumidor entre os negros, com demandas étnicas definidas (produtos para a pele, para o cabelo e vestuário, específicos para negros) (Araújo, 2000, p. 31).

Conforme destacado, Araújo (2000) salienta que a *Revista Raça Brasil*, aliada a outras iniciativas, desempenhou um papel vital na formação de uma identidade étnica negra diversificada e impactante. Essa publicação, que marcou uma nova era na mídia brasileira, teve um papel significativo na integração do negro na sociedade em larga escala. No entanto, a *Raça Brasil* não foi a única a surgir nesse contexto. Após sua chegada, diversas outras publicações emergiram com o propósito geral de promover a visibilidade dos negros. Assim como os periódicos voltados para esse público, as revistas direcionadas aos negros também desempenham um papel importante na afirmação da cidadania negra.

### **1.3. A importância da capa de revista**

A primeira página é crucial para o desempenho comercial do jornalismo, ou seja, garantir que o produto midiático, produzido por jornalistas, seja consumido pelos leitores. A capa serve como o ponto de contato inicial entre o leitor e o jornal ou revista. Em outras palavras, representa a primeira impressão entre o consumidor (o leitor) e o produto a ser consumido (a edição da revista). A capa de revista visa atrair a atenção do leitor, servindo como um resumo do conteúdo interno, portanto, funciona como um contrato implícito entre a empresa e o público (Cunha, 2007).

A capa reflete a linha editorial do veículo de comunicação, na qual essa prática se aplica ao jornalismo impresso em revistas. Por ser o foco da atenção do leitor, a capa representa o espaço ideal para a combinação eficaz de elementos verbais e não-verbais. Assim, um terceiro método utilizado exclusivamente na produção de capas de revistas é a inclusão de uma fotografia que seja impactante tanto em termos informativos quanto estéticos. É comum o uso de legendas que não se referem a nenhum conteúdo interno do jornal, apenas explicando a imagem presente na primeira página, sem a necessidade de mais detalhes além do que está explicitado na legenda da capa.

Profissionais experientes na redação de mídia impressa reconhecem a importância de incluir fotos que comuniquem, mesmo que essas imagens não estejam diretamente relacionadas ao assunto principal do dia destacado na manchete. O objetivo é selecionar uma imagem que, junto com a manchete e as chamadas da capa, desperte o interesse do leitor pela edição em questão. Nem sempre o assunto mais relevante do dia, especialmente quando relacionado à política ou economia, resulta em fotos marcantes para serem

destacadas na capa e reforçar seu apelo visual. Frequentemente, as pautas dessas editoriais resultam em fotos que, no vocabulário jornalístico, são conhecidas como "boneco", retratando pessoas entrevistadas para as matérias, sem ação ou contexto visual relevante (Cunha, 2007).

## 2. **REVISTA RAÇA: HISTÓRIA E IMPORTÂNCIA**

A *Revista Raça Brasil* teve seu início em setembro de 1996 e desde então tem estabelecido um papel relevante na construção da representação do negro na sociedade, influenciando a percepção dos leitores e fornecendo material para reflexão e autoanálise. A forma como retratava o negro contribuía para a construção de significados que eram absorvidos e incorporados à cultura. Nesse contexto, a *Revista Raça Brasil* promovia valores relacionados à comunidade negra, os quais eram compartilhados na sociedade brasileira por meio da ampla exposição de textos e imagens positivas dos negros.

A *Raça Brasil* fez parte do movimento emergente da imprensa negra nos anos 90, resultado da crescente conscientização étnica que teve início nos anos 60 com o movimento *Black Soul* (Sodré, 1999). A revista incorporava elementos dos movimentos sociais que buscavam redefinir a identidade negra, combater o racismo e promover a autoestima e ascensão social da população negra. Além disso, refletia a descoberta de um segmento de classe média negra, direcionando-se principalmente a esse público-alvo (Santos, 2004).

A estratégia de construção de identidade elaborada pelos produtores da revista, que buscavam estabelecer uma representação que os leitores pudessem se identificar, enfatizando modelos de ascensão social, autoestima e aceitação de pardos como negros. No início, a revista era concebida como um artigo de variedades, possivelmente voltada tanto para o público feminino quanto masculino. Com o passar dos anos direcionou-se principalmente ao público feminino, orgulhoso de sua cor e cultura, e com alto poder aquisitivo, refletindo a preferência de 63% de seus leitores que eram mulheres (Sodré, 1999).

O slogan "A revista dos negros brasileiros", que anteriormente estava presente na capa da *Revista Raça Brasil*, foi removido a partir da edição número 36, marcando uma mudança significativa na identidade visual da publicação durante seu quarto ano de existência, ainda na fase inicial. A remoção enfraqueceu parte do significado da capa, uma vez que a revista se autodenominava como o principal veículo de comunicação voltado para a comunidade negra. Embora o nome "Raça" e as imagens de negros na capa possuam um forte peso simbólico, o slogan reforçava ainda mais a ênfase na representação étnica da revista (Santos, 2004). Frase que representava a autoafirmação da



identidade negra, embora muitos negros enfrentem dificuldades em se autodeclararem negros, preferindo se identificar apenas como pardos ou pardos. Além disso, o slogan funcionava como um acordo, estabelecendo as condições para a leitura da revista, ou seja, ser negro brasileiro, o que também implicava em uma delimitação geográfica em termos de nacionalidade.

Nos primeiros anos de publicação, essa representação era mais incisiva, com frases afirmativas sobre a valorização da origem negra e até mesmo uma pressão aos leitores sobre seu posicionamento. Com o passar dos anos a revista retratava os pardos como negros de forma mais sutil, sem recorrer a um discurso tão enfático.

Outro aspecto presente em ambas as fases era a representação do negro, geralmente por meio de personalidades do meio artístico, como atores, cantores e modelos. Embora aparecessem com menor frequência, as pessoas comuns retratadas eram geralmente bem-sucedidas profissionalmente, servindo como exemplos aos leitores. O sucesso pessoal era considerado um modelo de reconhecimento identitário, conforme observado por Sodré (1999).

Em ambos os momentos, a revista buscava retratar o negro com alta autoestima, promovendo valores como competência, empenho e beleza. Os editoriais tinham o propósito de construir uma autoestima positiva entre os leitores, embora na primeira fase o discurso fosse mais incisivo e abordasse questões raciais com maior profundidade.

A representação do negro nas capas ressaltava a beleza negra, com as pessoas sempre bem-vestidas e com boa aparência, representando um modelo positivo de beleza e autoestima. Outro aspecto presente era a representação do negro, geralmente por meio de personalidades do meio artístico, como atores, cantores e modelos. Embora aparecessem com menor frequência, as pessoas comuns retratadas eram geralmente bem-sucedidas profissionalmente, servindo como exemplos aos leitores. A revista também apresentava outros modelos de identidade, como figuras políticas e intelectuais importantes na história do país, além de pessoas envolvidas em trabalhos sociais.

A revista continuou destacando personalidades, mas com maior frequência de modelos. As capas eram predominantemente ocupadas por imagens de mulheres negras, refletindo um foco em temas relacionados à moda e à beleza. Embora as pessoas ligadas aos movimentos sociais ou políticos ainda fossem abordadas, o foco principal era na estética e na moda (Santos, 2004). Os editoriais tinham o propósito de construir uma

autoestima positiva entre os leitores, embora na primeira fase o discurso fosse mais incisivo e abordasse questões raciais com maior profundidade. Na segunda fase, o foco estava mais na apresentação das matérias e nas imagens de modelos, muitas vezes com um otimismo.

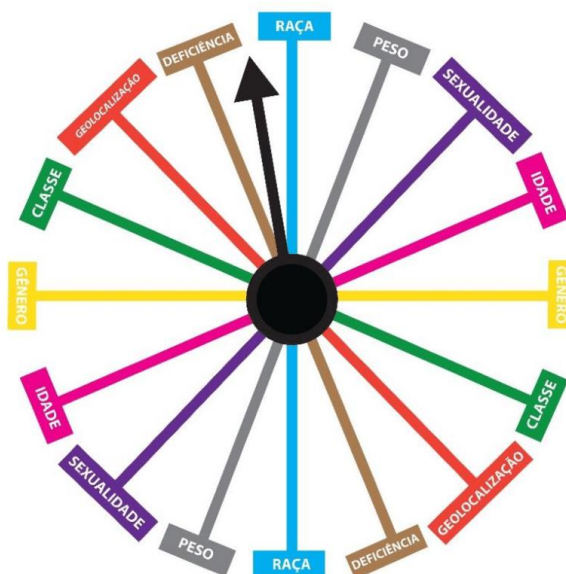
### 3. PERCURSO METODOLÓGICO DA PESQUISA

Esta pesquisa se apresenta como uma pesquisa descritiva. Segundo Gil (1999), as pesquisas descritivas têm como finalidade principal a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: questionários e observação sistemática. Assume, em geral, a forma de levantamento. Os conceitos de jornalismo segmentado e interseccionalidade (Crenshaw, 2002) foram os norteadores do estudo. A interseccionalidade permite entender, uma percepção mais acurada da violência vivida em sociedade. Cujo as representações de personalidades nas capas da revista, com o objetivo de analisar o conteúdo representativo interseccional nas capas da *Revista Raça* ao longo de seus 27 anos de existência. Foram coletados e organizados dados a um conjunto de 211 pessoas que apareceram em capas de revistas, permitindo uma análise aprofundada de aspectos como raça, peso, orientação sexual, idade, identidade de gênero, classe social, localização geográfica e presença de deficiências.

A coleta foi realizada manualmente, diretamente no site da *Revista Raça Brasil*. Para melhor analisar as capas, foram estabelecidas categorias de acordo com Fernanda Carrera (2020), e aplicada para o recorte do objeto empírico de pesquisa que investiga a representação interseccional nas capas da revista. A delimitação envolve uma amostragem de 116 edições para a análise das capas da *Revista Raça* ao longo dos seus 27 anos. Após analisar a *Revista Raça Brasil*, se tornou evidente a relevância de examinar sua trajetória em dois períodos distintos de publicação. O primeiro abrange desde a edição inaugural, em setembro de 1996, até a edição número 199 e o segundo da edição 200 até 247. Durante o período de 27 anos de existência, coletamos os exemplares dentro desse intervalo, buscando abranger todas as eras.

Dentro desse contexto, o estudo se concentra em examinar a representatividade e a evolução das narrativas presentes nas capas da revista, buscando compreender como essas imagens refletem e influenciam as percepções e identidades raciais na sociedade brasileira. Considerando as categorias, como raça, peso, deficiência, geolocalização, classe, gênero, idade e sexualidade delimitado como roleta interseccional, elaborado por Carrera (2020). De acordo com o quadro listado abaixo:

### Quadro 1 - Roleta interseccional



Fonte: Carrera (2020)

Neste quadro considerando a interseccionalidade atributo fundamental para a pesquisa, utilizando para o recorte do material a ser analisado. O conceito de interseccionalidade, assim é “sobre a identidade da qual participa o racismo interceptado por outras estruturas” (AKOTIRENE, 2019, p. 48).

Fernanda Carrera é a escolha como autora base deste percurso, pois coloca a interseccionalidade em foco ao propor a roleta interseccional como metodologia em estudos em comunicação. Ela utiliza a teoria para pensar a respeito das representações: “Os espaços midiáticos, assim como os ambientes interacionais e de conversação, constantemente colocados sob os holofotes das pesquisas em Comunicação, são lugares emblemáticos para o debate sobre matrizes de opressão e dinâmicas discriminatórias” (CARRERA, 2021, p. 6). Com essa justificativa, ela defende a necessidade de olhar para tais espaços a partir de uma perspectiva interseccional, de forma a compreender as interações resultantes dos cruzamentos de várias avenidas identitárias.

O objetivo fundamental é identificar as marcas, os rastros destas avenidas de opressão que se revelam nas interações cotidianas, na comunicação midiática e nas representações discursivas. É mostrar, também, como a comunicação se constrói também a partir de estruturas interseccionais (Carrera, 2021, p. 9).

Além da roleta buscou-se compreender a representatividade nas capas, levando em consideração a complexidade de identidade com as categorias selecionadas: Raça, peso, deficiência, geolocalização, classe, gênero, idade e sexualidade, pois cada uma das quais contribui para uma compreensão mais profunda das dinâmicas sociais e das desigualdades que permeiam a sociedade.

A raça é uma categoria social que frequentemente define o acesso a recursos, oportunidades e poder, refletindo desigualdades estruturais em diferentes situações. O estudo da raça permite examinar como a identidade racial influencia a autopercepção e as experiências sociais. O peso está associado a preconceitos e estigmas sociais, que podem afetar a saúde física, mental e o acesso a oportunidades. A análise dessa categoria permite examinar como padrões estéticos impactam o comportamento social e a autoestima. A categoria "deficiência" é usada para discutir como as pessoas com deficiência são vistas e seus direitos na sociedade. A análise dessa categoria facilita a compreensão das barreiras sociais imposta a esse sujeito.

A forma como a localização geográfica afeta o acesso a recursos, oportunidades e serviços é demonstrada pela geolocalização, que mostra as desigualdades e as disparidades entre as regiões. Como o local onde você vive tem um impacto significativo nas chances de progresso e na qualidade de vida.

Uma das divisões mais importantes da sociedade é a classe social, que tem um impacto no acesso a recursos, educação, saúde e oportunidades. Entender as políticas que podem diminuir as desigualdades de renda são necessárias para analisar a classe social.

O gênero refere-se ao conjunto de desigualdades que existem entre homens, mulheres e indivíduos não binários em diferentes contextos sociais. A análise dessa categoria é essencial para compreender as dinâmicas de poder que sustentam a violência de gênero, bem como as maneiras pelas quais ela pode ser combatida.

A idade é uma categoria que influencia a percepção social, as expectativas e o acesso a oportunidades em diferentes etapas da vida. Para entender a discriminação baseada na idade ou etarismo, que pode afetar jovens, adultos e idosos de várias maneiras, é fundamental estudar a idade.

A análise da sexualidade é fundamental para compreender e combater a discriminação baseada na orientação sexual e os tipos de violência e preconceito. Os

direitos humanos e a luta por igualdade e dignidade para todas as pessoas, independentemente de sua orientação sexual, estão diretamente ligados à sexualidade.

Essas categorias ao ser estudadas permitem uma análise completa das dinâmicas sociais, abordando tanto as desigualdades estruturais quanto as identidades individuais que moldam a experiência humana.

A amostragem serviu para gerar dados quantitativos, oferecendo uma base sólida para a análise e interpretação dos resultados. Após a coleta das capas, utilizou-se o Microsoft Excel, um editor de planilhas para tabulação desses dados de acordo com as categorias estabelecidas, na qual foram examinadas as edições desde o número inaugural, lançado em 1996, até as mais recentes, proporcionando uma visão abrangente das mudanças editoriais e continuidades nas representações na revista.

Portanto, o escopo da pesquisa não se restringe à identificação e coleta das capas da *Revista Raça*, mas envolve uma análise dessas imagens, buscando contribuir para uma reflexão mais profunda sobre as representações raciais na mídia brasileira. Para que assim, gere debates sobre as abordagens e representações presentes nas capas da revista ao longo de sua trajetória, identificando tendências e transformações.

#### 4. PERCURSO ANALÍTICO: CAPA DE REVISTA COMO ESPAÇO DE PRIVILÉGIO

Quando se trata de espaço de privilégio são outros corpos e cores que vemos em destaque, a revista é um produto que precisa ser comercializado, assim como os demais no mercado, a *Revista Raça* foi uma das pioneiras em colocar o corpo negro em evidência. Até a edição número 37, em setembro de 1999, o lema “A revista do negro brasileiro” adornava a capa da *Raça Brasil*. Esse slogan, ligado à percepção nacional sobre o negro, resgata os significados associados ao termo "negro". Embora tenha sido reinterpretado na revista, por muito tempo, essa palavra esteve vinculada a questões como escravidão, as dificuldades sociais enfrentadas pelos negros, o preconceito, a discriminação racial e a noção de inferioridade. O termo "negro" torna-se um símbolo não apenas da cor da pele, mas também da identidade, colocando aqueles definidos por ele dentro de um complexo sistema de identidades baseadas em cor, etnia e raça (Sodré, 1999; Hall, 2003, p. 187).

Porém, muitos negros buscavam evitar vínculos com suas raízes africanas. Essa realidade é sustentada pela aspiração histórica ao branqueamento e pelos ideais de identificação euro-norte-americanos. Esse desejo de distanciamento da herança africana é corroborado pela flexibilidade social que permitia aos negros desvincularem-se de seus antepassados escravizados, levando algumas famílias negras a registrar seus filhos como brancos (Sodré, 1999).

Contudo, o movimento *Black Soul*, nos anos finais da década de 1960, desempenhou um papel importante na promoção de uma consciência étnica entre os negros, enfatizando uma identificação positiva com o negro (Sodré, 1999). Assim como nos Estados Unidos, no Brasil, há esforços para redefinir o significado de ser negro e abraçar a negritude. A *Revista Raça Brasil* se insere nesse contexto, buscando reconstruir a identidade do negro brasileiro por meio da comunicação. O slogan "A revista dos negros brasileiros" transmite uma mensagem carregada de significados positivos, estabelecendo uma conexão direta com os leitores, exigindo que eles se identifiquem como negros, assim a revista visa promover uma identificação positiva com a negritude.

Além do nome e do slogan, a orientação da revista é reforçada pelo editorial, que ressalta a transformação promovida pela *Raça Brasil*. A linguagem utilizada nas capas enfatiza o impacto da revista na mídia, destacando o sucesso alcançado e desafiando as

crenças negativas sobre a representação dos negros. A revista atende a essas aspirações ao expor uma quantidade significativa de imagens dos negros e abordar questões específicas desse grupo, indo ao encontro das reivindicações desses movimentos.

As chamadas levam diretamente ao leitor, considerando-o parte da mudança promovida pela revista. O discurso celebra a revista como uma conquista dos negros brasileiros, embora oculte os interesses comerciais da editora, que lançou a revista com base em pesquisas de mercado (Araújo, 2000).

Na fase inicial da *Revista Raça Brasil*, as chamadas da capa ressaltavam diversos elementos importantes. Primeiramente, havia uma clara intenção de retratar pessoas de origem parda como integrantes da comunidade negra, uma classificação estabelecida pela própria revista em determinadas matérias. Ademais, a publicação buscava destacar personalidades negras, modelos e indivíduos de sucesso como exemplos de realização, com uma notável ênfase na representação feminina nesse contexto. Por último, percebia-se uma evidente valorização das características físicas associadas à negritude, com o intuito de fortalecer a autoestima dos leitores ao enaltecer o fenótipo negro.

#### **4.1 PRIMEIRAS CAPAS: A evolução nas publicações**

A edição nº 2 da revista exemplifica a inclinação de considerar pardos como negros ao estampar na capa a atriz Camila Pitanga, de origem parda, junto a seu pai, o ator negro Antonio Pitanga.

**Figura 1** – Revista nº 2





Fonte: Arquivo digital – Revista *Raça* (Edição nº2)

Camila Pitanga: "Tenho orgulho de ser negra". Essa é a chamada principal da edição nº 2, localizada na parte inferior direita da capa, diretamente vinculada à imagem. A foto em que Camila aparece ao lado de seu pai é carregada de significados, pois mostra uma pessoa considerada parda assumindo-se como negra, o que é uma novidade, considerando a tentativa de desvinculação de muitos negros de sua origem africana. A imagem do pai negro e da filha parda aproxima esses dois polos: negro/pardo. Soma-se a isso o contexto da capa, pois a imagem está sob o slogan A revista dos negros brasileiros e o nome *Raça Brasil*. Nesse sentido, o pardo passa a ser definido como negro.

Antônio Pitanga está posicionado à frente de Camila, que apoia a cabeça e a mão em seu ombro, sendo ela a figura central. Junto à sua imagem, aparece a legenda Antônio Pitanga, o pai. A partir desse signo, são construídos significados que também remetem à definição do pardo como negro, uma vez que a posição do pai em relação à filha destaca a origem de Camila; ou seja, seu pai é negro, conseqüentemente, ela também é. A legenda Antônio Pitanga, o pai serve para eliminar quaisquer dúvidas quanto a esse aspecto, pois constitui um reforço, considerando que ambos são personalidades conhecidas do público.

A questão raça/classe não considera a especificidade da situação do negro que enfrenta uma difícil situação social, baseada na discriminação de cor. A existência de uma

complicada situação social tanto para negros como para brancos não elimina outro problema específico dos negros, que é a discriminação racial contra seu grupo étnico. Classe social e raça, portanto, são questões distintas que, no caso dos negros, se somam e tornam sua situação ainda mais complexa. A questão classista abordada dessa forma esconde ideologicamente um mecanismo específico de opressão (Munanga, 1988).

**Figura 2** – Revista nº 24



Fonte: Arquivo digital – Revista Raça (Edição nº24)

A chamada principal da revista número 24 também é afirmativa: "Somos negros sim! Os cantores brasileiros assumem sua origem" (Pereira, 2001). Essa declaração evidencia a intenção da revista de unificar negros em relação à sua ascendência étnica, deixando claro que não há margem para dúvidas.

A matéria principal da revista número 24, intitulada "Pardos. Somos Negros, Sim!", destaca a autoidentificação de pardos como negros, independentemente de sua aparência física. Depoimentos de pardos e opiniões de estudiosos e representantes dos movimentos negros apoiam essa perspectiva, buscando fornecer embasamento científico ao debate. A presença de estudiosos tem como objetivo conferir maior credibilidade à discussão. É mencionado na matéria que o IBGE identifica a raça com base na cor, o que torna difícil a autoidentificação das pessoas. A miscigenação, as gerações tendem a se

tornar mais claras, permitindo que pardos possam passar por brancos. No entanto, a revista observa que muitos pardos enfrentam preconceito por serem considerados negros. Essa questão é relacionada às ideias racistas do final do século XIX, que previam a homogeneização racial da população brasileira.

Além disso, a revista aborda a questão do preconceito social, que alguns argumentam ser mais relevante que o preconceito racial no Brasil. No entanto, é destacado que pardos que ascendem socialmente e são considerados brancos ainda podem sofrer discriminação racial em determinadas situações. A utilização do termo "pardo" pela revista, embora difundido na cultura nacional, reflete uma compreensão racialista da humanidade, baseada na ideia de diferentes raças. No entanto, é importante ressaltar que na espécie humana não existem raças distintas, apenas diferentes fenótipos. A concepção de parda é fundamentada em um pensamento hierarquizante racial, que privilegia um padrão entendido como superior. A revista também destaca o uso do termo "moreno" como uma estratégia para ocultar a origem racial em diversos casos.

O termo *moreno*, originado do vocábulo latino "maurus, mouro", é empregado para referenciar indivíduos inseridos em grupos étnicos que estão ascendendo socialmente, substituindo o conceito de pardo (Sodré, 1999).

A valorização da ascendência negra por parte dos pardos, em oposição à tendência de identificação exclusiva com a ascendência europeia, é uma demanda frequente dos movimentos negros e, aparentemente, é adotada pela *Revista Raça Brasil*, que considera todos os descendentes de africanos como negros, independentemente de pequenas variações fenotípicas. A revista emprega uma abordagem inovadora ao usar a ascendência genealógica como critério, algo pouco usual no Brasil, onde a identidade racial muitas vezes é determinada por características físicas. Nos Estados Unidos, por exemplo, para ser considerado branco, é necessário que a ascendência seja exclusivamente de origem europeia até a 16ª geração (Santos, 2001). Dessa forma, o conceito de negro representado na revista abrange também os pardos. A revista redefine a definição popular, que leva em consideração uma ampla gama de tonalidades de pele, unificando todas essas variações em uma única identidade, representando assim todos os descendentes de africanos como negros.

#### **4.2 Personalidades como exemplo de sucesso**

O editorial da sétima edição da revista é intitulado "Estamos chegando lá", refletindo uma visão otimista do progresso social dos negros. A imagem que acompanha o texto mostra Macedo ao lado de Celso Pitta, então prefeito de São Paulo, ambos em posições de destaque. Pitta, como um líder negro, está sentado ao lado do editor-chefe da *Revista Raça Brasil*, reforçando a narrativa de avanço social. O gesto de Macedo parece transmitir uma mensagem, enquanto Pitta parece refletir sobre questões apresentadas, simbolizando um diálogo de poder. Abaixo da foto, a legenda "Pitta: ascensão da raça" reforça a intenção da revista de destacar o progresso coletivo dos negros através da eleição de Pitta.

O editorial adota uma perspectiva esperançosa, baseada nas transformações sociais ocorridas entre 1994 e 1997. Macedo descreve essas mudanças como quase miraculosas, atribuindo-lhes uma aura divina. Ele destaca a autodeclaração de Fernando Henrique Cardoso como pardo como um marco desse progresso, embora reconheça que essa noção de pardagem pode diluir questões específicas da identidade negra. A ressignificação proposta pela revista busca equiparar a identidade parda à identidade negra, contrastando com interpretações anteriores (Ortiz, 1985).

Outro ponto destacado por Macedo é o surgimento da *Revista Raça Brasil* como um catalisador da autoestima negra. No entanto, ele reconhece que essa abordagem pode ser interpretada como uma estratégia de marketing da revista. Macedo também menciona a representação negra em uma novela, além do ativismo dos movimentos negros e de cidadania. A eleição de Celso Pitta como primeiro prefeito negro de São Paulo é vista como prova tangível do avanço social dos negros, destacando-o como exemplo a ser seguido.

Em relação à luta por uma melhor condição, Macedo critica a ideia de que os negros devem trabalhar em dobro para alcançar o mesmo reconhecimento que os brancos. Ele argumenta que essa mentalidade é prejudicial e reforça estereótipos raciais. Ao questionar os padrões duplos de exigência, Macedo sugere que a culpa pelos erros do passado recai principalmente sobre os brancos, evidenciando uma visão crítica das estruturas sociais.

A entrevista com Celso Pitta destaca seu papel como primeiro prefeito negro de São Paulo, apresentando-o como um símbolo de progresso para a comunidade negra. Pitta enfatiza sua identidade individual em vez de se definir estritamente como negro ou

branco, refletindo a complexidade da identidade racial no Brasil. Ele expressa apoio à criação de cotas universitárias para pessoas carentes, reconhecendo indiretamente a predominância de negros nessa categoria. Pitta também compartilha sua experiência pessoal em relação à discriminação racial, defendendo a ideia de que a determinação e a personalidade podem superar as barreiras raciais (Munanga, 1999).

Apesar do esforço da revista em abordar facetas mais controversas da questão racial, a postura do prefeito Pitta acaba por não ser totalmente esclarecedora. Ele oscila entre se autodefinir como negro e simplesmente usar seu nome. Embora seja apontado como exemplo de ascensão política para negros, sua entrevista suscita dúvidas sobre seu real engajamento com as questões raciais, ao propor cotas universitárias apenas com base na condição socioeconômica, desconsiderando o aspecto racial. Isso revela uma visão limitada da realidade dos negros, centrada apenas na classe social.

O editorial e a matéria principal sobre Celso Pitta delineiam a trajetória do negro bem-sucedido que atinge posições de destaque. O editor Macedo o enaltece como um exemplo inspirador para negros que almejam ascender socialmente.

Por outro lado, o editorial da nona edição, intitulado "Rei Pelé Cidadão Edson", aborda a entrevista com o ex-jogador de futebol, então ministro dos esportes. Embora faça menção às supostas polêmicas declarações de Pelé sobre o racismo no Brasil, o texto não se aprofunda nesse aspecto, apenas instigando os leitores a conferirem a matéria completa na revista. A retórica e a imagem de Pelé nesse editorial o apresentam como um ícone triunfante, porém distante da realidade da maioria dos cidadãos, quase como uma figura mitológica.

Na vigésima quinta edição da revista, Taís Araújo e Isabel Fillardis são destacadas na capa sob o título "Os Tops Blacks de 98", exibindo personalidades que se destacaram ao longo do ano.

### **Figura 3 – Revista nº 25**



Fonte: Arquivo digital – Revista Raça (Edição nº 25)

A matéria principal da revista, intitulada "Os Destaques Afro de 1998", é acompanhada pela frase "Edição Especial de Aniversário" na capa. Este extenso artigo de sete páginas apresenta uma variedade de personalidades negras, tanto do Brasil quanto do exterior, que se destacaram ao longo do ano. Entre essas figuras estão jogadores, atores, modelos, cantores, políticos, intelectuais, um desembargador, um diretor de teatro na Alemanha e o diretor da Pinacoteca do Estado de São Paulo, entre outros. Cada perfil é acompanhado por uma breve narrativa que descreve sua jornada pessoal e profissional, destacando os eventos que os tornaram notáveis. O propósito desse artigo é oferecer uma ampla representação de exemplos de sucesso, tanto de figuras públicas quanto de pessoas comuns, servindo como uma fonte inspiradora para os leitores e contribuindo para o aumento da autoestima.

Por outro lado, na edição número 42, a capa destaca a imagem do apresentador, empresário e cantor Netinho, uma figura emblemática que personifica a ideia de sucesso. Ele é retratado vestindo um traje formal, composto por terno, gravata e óculos, acompanhado pela afirmação marcante: "Netinho: 'A Mulher Negra é Incrível!'", seguido pelo subtítulo "O Homem que Transformou o Negritude Júnior em uma Marca Lucrativa Fala sobre Negócios, Sucesso e sua Vida Amorosa".

**Figura 4** – Revista nº 42



Fonte: Arquivo digital – Revista Raça (Edição n° 42)

Na *Revista Raça Brasil*, a representação de Netinho como um negra de sucesso se destaca, apresentando uma imagem mais voltada para o empreendedorismo moderno. A utilização de óculos confere-lhe uma aparência intelectual, distanciando-o da imagem estereotipada de um músico apenas bem-vestido. Além disso, sua postura com a mão apoiada no queixo sugere uma atitude reflexiva, acrescentando profundidade à sua imagem. A declaração positiva "A mulher negra é o máximo!" ressalta a importância da autoestima negra em um contexto social onde o padrão de beleza dominante é eurocêntrico.

O editorial intitulado "Netinhos do Brasil, onde estão vocês?" adota uma abordagem otimista ao destacar transformações progressistas na vida dos negros. Destaca-se também o engajamento social de Netinho como exemplo inspirador, enfatizando a importância das iniciativas individuais na resolução de problemas sociais. O editorial conclama outros indivíduos a seguirem o exemplo do cantor, destacando a responsabilidade individual na promoção do bem-estar da comunidade negra.

A matéria principal desta edição consiste em uma entrevista com Netinho, intitulada "José de Paula Neto: um homem de visão". O título busca ressaltar a transição de Netinho de músico para empresário de sucesso, enfatizando sua visão empreendedora em um ambiente competitivo. Netinho é retratado como um trabalhador incansável, cujo sucesso empresarial com o Negritude Júnior reflete uma nova representação do negro como empreendedor e trabalhador dedicado.

Além de suas empresas, o Negritude Júnior mantém uma ONG chamada Projeto Família Negritude, destacando o compromisso de Netinho com a ação social. Sua visão sobre relacionamentos enfatiza sua atração pela mulher negra, reforçando sua identidade étnica e seu apoio à comunidade negra.

A imagem e o discurso de Netinho na revista desafiam estereótipos comuns sobre artistas negros, enfatizando sua seriedade, sucesso como empreendedor e compromisso comunitário. Ele é apresentado como um exemplo de sucesso que transcende o mundo da música, inspirando os leitores a valorizarem o trabalho árduo e o engajamento social.

Por outro lado, a revista nº 47 apresenta Taís Araújo na capa, destacando sua beleza, talento e ativismo na luta contra o racismo brasileiro. A chamada "Taís Araújo: Linda, talentosa e revolucionária" ressalta sua posição como uma figura excepcional e revolucionária, cujo ativismo desafia as normas estabelecidas e promove mudanças sociais significativas.

**Figura 5** – Revista nº 47



Fonte: Arquivo digital – Revista Raça (Edição nº 47)

O principal enfoque da publicação destina-se a Taís Araújo, que é apresentada como um ícone de elegância, graciosidade e consciência. Na introdução à entrevista, destaca-se que a revista People, dos Estados Unidos, a proclamou como a mais bela mulher da América Latina, ressaltando, no entanto, que sua importância transcende os atributos físicos e talento artístico, visto que ela se engaja ativamente em questões sociais do Brasil. Nas fotografias, Taís Araújo é retratada vestindo um traje vermelho, adotando poses que emanam sensualidade. Aos 21 anos na época, ela é descrita como surpreendente



por sua consciência e coragem, manifestando-se sobre temas como racismo e justiça social no país.

Ao longo da entrevista, a atriz realça a urgência de uma mudança de mentalidade no Brasil, mencionando uma experiência marcante em Angola, onde presenciou os desdobramentos de uma revolução sangrenta. Taís Araújo é elogiada por sua beleza e politização, desmistificando a noção comum de que atrizes estão exclusivamente preocupadas com sua aparência. Ela revela estar cursando Comunicação e destaca que todos os membros de sua família possuem formação universitária.

É possível observar que Taís Araújo personifica uma figura negra de classe média, como evidenciado pelo fato de todos em sua família terem frequentado a universidade. A revista aborda a questão da igualdade de oportunidades no mercado de trabalho para atrizes negras, enquanto Taís Araújo argumenta que a ampliação dos papéis para pessoas negras poderia melhorar tal situação. Ela critica a demora na oferta de produtos destinados à comunidade negra, salientando que somente recentemente foram reconhecidos como consumidores.

Quanto ao preconceito racial, Taís Araújo diverge da visão otimista da *Revista Raça Brasil*, afirmando que o Brasil continua sendo um país profundamente preconceituoso. Ela também expressa frustração com a disparidade salarial entre atrizes negras e brancas, mencionando sua própria experiência durante as gravações da série *Xica da Silva*. A atriz relembra sua formação no colégio Anglo Americano, onde teve uma professora negra como modelo e destaca a importância de uma autoestima sólida para uma vida feliz.

Taís Araújo é retratada como um modelo para negros, não apenas como atriz, mas também como uma voz ativa na luta por justiça social e política. Por outro lado, a edição nº 48 da revista destaca Aureneide Campos na capa, uma mulher comum segurando um capacete de segurança utilizado na construção civil. O título assertivo ressalta seu sucesso como engenheira em um campo historicamente dominado por homens, posicionando-a como um exemplo de superação em um contexto diferente dos tradicionais perfis de celebridades.

**Figura 6** – Revista nº 48



Fonte: Arquivo digital – Revista Raça (Edição nº 48)

Nesta situação, a revista destaca uma mulher comum, possivelmente visando estabelecer uma conexão mais próxima com o leitor ao apresentar um exemplo do cotidiano, em contraposição aos perfis usuais de personalidades do mundo artístico. Além disso, há uma ênfase na questão de gênero, uma vez que o termo "mulher" faz essa distinção, e ainda ressalta que seu sucesso ocorre em um campo predominantemente masculino. Assim, a revista mais uma vez evidencia as virtudes da mulher negra, fazendo uma diferenciação com base no gênero.

É importante considerar que a questão racial assume nuances distintas quando se trata de homens e mulheres. A mulher negra enfrenta tanto o preconceito racial quanto o sexismo.

A reportagem principal da revista, intitulada "Mulheres na Construção", aborda a carreira de cinco engenheiras negras e suas trajetórias profissionais. O enfoque da matéria está mais alinhado às lutas feministas do que à questão racial. São discutidas as dificuldades enfrentadas pelas mulheres, bem como os preconceitos arraigados em uma área tradicionalmente dominada por homens. Na introdução da matéria, destaca-se que as engenheiras negras representam apenas 1% do total de profissionais da área. As entrevistadas relatam que o primeiro desafio geralmente surge dentro de casa, devido à

escolha da profissão, mas todas afirmam ter superado as dificuldades e se destacado no meio predominantemente masculino.

Na matéria, são apresentadas fotos das cinco engenheiras, sendo que quatro delas estão segurando capacetes de segurança, enquanto a única professora universitária não está. Ao fundo, há imagens de prédios em construção. Quanto à questão racial, uma pesquisa realizada em São Paulo revelou que muitos entrevistados não brancos encontraram dificuldades em se identificar como negros, com apenas 10% se declarando pardos ou pardos, enquanto apenas 1% se identificou como negro.

A matéria busca incentivar as mulheres negras a perseguirem a formação profissional na engenharia, apresentando exemplos de indivíduos que enfrentaram o preconceito de gênero e raça para realizar seus sonhos. Observa-se que todas as entrevistadas alcançaram sucesso em suas áreas: uma é proprietária de uma construtora; outra trabalha para o governo; outra é engenheira e possui uma agência de turismo; outra é engenheira e está cursando pós-graduação em administração; e a última é professora universitária.

### **4.3. Beleza e autoestima**

Na edição número 9 da revista, a capa exibe a fotografia de três modelos, acompanhada pelo título principal "Beleza negra: um manual abrangente para cuidar do visual". A imagem busca retratar a estética da mulher negra, enquanto o título sugere orientações para manter essa beleza. A matéria principal, intitulada "O ABC da beleza negra", aborda variados aspectos relacionados à estética feminina em seis páginas, com múltiplas imagens de modelos exibindo diferentes estilos de cabelo, corpo e rosto. O conteúdo é direcionado especificamente para as leitoras da revista e aborda tópicos como tratamento da pele, cabelo e depilação. Na última página, um quadro intitulado "Locais para realçar a beleza" lista estabelecimentos especializados em tratamentos estéticos em diversas cidades brasileiras.

As matérias sobre moda e beleza desempenham um papel fundamental na estratégia editorial da *Revista Raça Brasil*, buscando promover a autoestima entre os leitores. Isso contrasta com a abordagem predominante na indústria cultural brasileira até então, que não oferecia uma representação positiva para o negro (Araújo, 2000).

Na capa da vigésima quarta edição, são destacados os cantores Alexandre Pires e Fernando Pires, personalidades reconhecidas no meio artístico, vestindo trajes formais. O editorial "Reflexos no espelho" aborda a autoaceitação e o orgulho da autoimagem, utilizando uma linguagem direta com o leitor. O texto faz analogias ao espelho, relacionando-o com os valores culturais e os meios de comunicação, destacando a distorção da imagem do negro pela mídia (Araújo, 2000).

O editorial da revista nº 25 segue uma perspectiva positiva sobre a situação do negro no Brasil, evidenciando mudanças ocorridas após o lançamento da revista, que se tornou um marco nas relações interétnicas do país. A representação do Brasil como um país negro propõe uma redefinição da identidade nacional, valorizando a identidade negra (Araújo, 2000).

Na capa da revista nº 27, os modelos Keli Cristina e Sacramento são retratados, transmitindo uma aura de sensualidade. A chamada principal, "No Dia da Consciência Negra, Celebre Alto: Nossa Cor é Bela!", reforça a mensagem positiva sobre a beleza negra.

**Figura 7** – Revista nº 27



Fonte: Arquivo digital – Revista Raça (Edição nº 27)

Na capa da edição número 9 da revista, destaca-se uma imagem com três modelos, acompanhada pelo título principal "Beleza negra: um guia completo para realçar sua aparência". A fotografia busca enaltecer a estética da mulher negra, enquanto a chamada principal reforça a importância de valorizar essa beleza única. A matéria principal, intitulada "Nossa cor é bela", ocupa oito páginas e apresenta nove fotos de 26 indivíduos comuns, de diversas faixas etárias e ocupações. O texto introdutório presta homenagem aos heróis e cidadãos comuns que se orgulham de sua cor, em referência ao Dia da Consciência Negra. Cada foto é acompanhada pelo nome, idade e profissão dos retratados, a maioria vestindo camisas brancas e calças jeans, ressaltando a tonalidade da pele negra. As ocupações variam entre diferentes setores, destacando a diversidade dentro da comunidade negra. O título da matéria é reiterado ao longo das páginas, reforçando a mensagem positiva sobre a beleza negra. As imagens e os discursos dos entrevistados representam o orgulho e a aceitação da identidade negra, transmitindo alegria e autoconfiança. A revista busca redefinir os padrões estéticos eurocêtricos ao reconstruir a beleza negra como referência de valor. Esse posicionamento confronta a ideologia do branqueamento, que historicamente desvalorizava a aparência não europeia.

O editorial "Consciência Negra" da mesma edição mantém uma perspectiva otimista sobre a situação dos negros, destacando a atitude, esperança e orgulho demonstrados pela comunidade. Busca afirmar os valores positivos da identidade negra, promovendo a autoestima entre os leitores.

A revista número 38 apresenta na capa dois modelos vestindo o estilo de moda conhecido como "Novo Afro", inspirado no visual do movimento Black Power dos anos 70. A fotografia está alinhada com a chamada de capa, que anuncia o retorno dessa moda e resalta o cabelo como símbolo de consciência e orgulho racial.

**Figura 8** – Revista nº 38



Fonte: Arquivo digital – Revista Raça (Edição nº 38)

A manchete ressalta o penteado New Afro como um emblema de conscientização étnica e orgulho racial. Contudo, é fundamental ponderar que, nos anos 70 e em suas respectivas esferas originais, a tendência Black Power, hoje identificada como New Afro, possuía uma interpretação distinta da atual. A revista parece abordar o New Afro mais como uma moda em voga do que como um movimento político de ativismo. O sentimento de orgulho associado a essa tendência parece estar mais vinculada a aspectos estéticos do que a uma afirmação de identidade racial.

O editorial intitulado "Analisando" expressa críticas à apropriação cultural de gêneros musicais como rock e jazz por parte de gravadoras e artistas brancos, que os divulgaram como criações de músicos brancos, negligenciando suas raízes negras. Além disso, o editorial enfatiza a importância de preservar a autenticidade das expressões culturais negras, que historicamente foram incorporadas de maneira diluída na cultura dominante (Ortiz, 1985).

A reportagem principal da edição, intitulada "New Afro: a tendência que está dominando", explora o ressurgimento do estilo de cabelo Black Power, agora conhecido como New Afro, como uma moda popular em cidades como Nova York e Londres. A matéria aborda a história do movimento Black Power, que surgiu nos anos 50 como uma resposta à agressão causada pelos produtos químicos utilizados no alisamento dos

cabelos. Fotos de página inteira de modelos exibindo o penteado são apresentadas, destacando a valorização dos cabelos crespos. Um músico entrevistado descreve o New Afro como uma manifestação de autenticidade. O artigo sugere que o New Afro possui uma dualidade: é tanto uma tendência de moda quanto uma forma de afirmação da identidade étnica e de demonstração de autoestima.

O editorial da revista número 47, intitulado "Consciência e compromisso", aborda o otimismo em relação ao crescente interesse da imprensa por questões relacionadas à comunidade negra, atribuindo esse fenômeno à ampliação dos espaços destinados aos negros na mídia e ao reconhecimento deles como consumidores.

Por outro lado, a revista número 48 apresenta um editorial intitulado "Cegueira psicológica", escrito por Amélia Nascimento, que discute as críticas recebidas pela revista em relação à falta de perspectivas. O título sugere uma percepção de invisibilidade da população negra, apesar de sua presença marcante na sociedade. O editorial também destaca exemplos de resistência ao preconceito, incluindo um incidente de intolerância por parte de vereadores contra uma homenagem a uma personalidade negra e à própria *Revista Raça Brasil*. A editora encoraja os leitores a se manifestarem sobre esses acontecimentos, demonstrando uma atitude de enfrentamento ao racismo e um desejo de engajamento dos leitores na luta contra a discriminação racial.

#### **4.4. Segunda fase: autoestima e visibilidade**

A segunda fase de publicação da *Revista Raça Brasil* teve início com a edição nº 49, em setembro de 2000, e se estendeu até a edição nº 72, de janeiro/fevereiro de 2004. Para este período, foram escolhidas dez edições que melhor exemplificam o conteúdo predominante da época, focando principalmente em temas relacionados à moda e à beleza.

##### **4.4.1. Editorial**

A partir da edição nº 49, o editorial da *Revista Raça Brasil* passou a ser intitulado "Toque Direto," sugerindo uma comunicação imediata e precisa com o público leitor. Fran Oliveira, o editor-chefe, é apresentado em uma foto ao lado do texto, destacando que a pessoa no comando da revista é negra, provavelmente com o intuito de estabelecer uma maior conexão com o público-alvo. A expressão "comunidade negra" é frequentemente

utilizada no editorial, englobando todos aqueles com ascendência africana e reforçando a diferenciação deste grupo em relação aos outros segmentos da sociedade.

Os editoriais dessa segunda fase são marcados por textos nos quais o editor aborda os temas de maneira fragmentada, sem desenvolvê-los completamente ou conectá-los entre si, o que pode prejudicar a coesão do texto. Junto ao texto editorial, é exibida uma foto do editor, que nem sempre é atualizada em cada edição. Também são incluídas imagens relacionadas às matérias tratadas nas páginas internas da revista. Abaixo do texto do editor, aparecem sua assinatura e seu endereço eletrônico.

A linha editorial da revista também se reflete no editorial da edição nº 69, cujo título é "Mudar É Preciso," evidenciando a necessidade de transformação e evolução constante.

**Figura 9** – Revista nº 69



Fonte: Arquivo digital – Revista Raça (Edição nº 69)

Este texto ressalta, de maneira semelhante aos versos da música de Itamar Assumpção, o intento primordial da *Revista Raça Brasil* em proporcionar voz e destaque a uma vasta comunidade de negros, representando-os como indivíduos comuns do dia a dia. O editor argumenta que, embora não seja possível agradar a todos, a revista tem se mostrado uma publicação de relevância para os negros, pois é atual e bem aceita tanto por brancos quanto por negros. Ele reconhece os obstáculos enfrentados pelas pessoas diante



das mudanças, mas defende que, quando implementadas de forma competente, essas mudanças trazem consigo inovações que foram cuidadosamente ponderadas antes de serem introduzidas. O editor finaliza sugerindo que uma análise crítica da obra de Itamar Assumpção pode servir como orientação para se tornar "‘negros ditos’ melhores". Nesse contexto, o termo "melhores" parece indicar um progresso em direção à aceitação de mudanças, como aquelas associadas ao surgimento da revista. O editorial é ilustrado com fotografias de Itamar Assumpção, de Fernando Pires sendo entrevistado por um repórter da revista, e do ator Tyrese, do filme "Mais Velozes, Mais Furiosos".

#### 4.4.2. Pardos como negros

Na capa do exemplar número 71 da revista, o destaque recai sobre "Preta Gil Gordinha, sexy e abusada, ela oferece receitas de autoestima". A imagem principal ilustra Preta Gil, sentada de forma provocante sobre uma mesa, emanando uma aura de sensualidade, especialmente realçada pelo olhar sugestivo que a cantora e atriz dirige ao leitor.

**Figura 10** – Revista nº 71



Fonte: Arquivo digital – Revista Raça (Edição nº 71)

A peculiaridade destacada pela mídia em relação a Preta Gil reside no fato de uma mulher que foge dos padrões convencionais de beleza expressar sua sensualidade. A imagem da capa reforça essa narrativa, mostrando Preta Gil com uma expressão desafiadora, servindo como um exemplo de autoconfiança para os leitores da revista. Apesar de ser parda, o nome "Preta Gil" transcende um simples apelido, carregando um

significado profundo ao identificá-la como uma mulher negra. Esse termo está intrinsecamente ligado à sua identidade racial, étnica e cultural, enquanto seu sobrenome, "Gil", remete diretamente a Gilberto Gil, seu pai, uma figura negra proeminente na cultura brasileira.

"Preta Gil Poderosa e Abusada" é também o título da matéria principal desta edição, que apresenta um relato detalhado sobre a vida e a carreira de Preta Gil. A matéria aborda sua origem parda, destacando que é filha de pai negro e mãe branca. Preta Gil compartilha experiências de ter enfrentado duplo preconceito racial e social, especialmente durante sua juventude em um colégio de elite no Rio de Janeiro, onde foi discriminada devido à cor de pele de seu pai, que é negro e artista. Isso ressalta a complexidade das questões raciais e de classe social, mostrando que mesmo pertencendo a um grupo economicamente privilegiado, ela e seu irmão não escaparam do preconceito racial.

A matéria é ilustrada com várias fotos de Preta Gil, a maioria delas realçando sua sensualidade, com exceção das imagens em que ela aparece com seu pai, quando criança, e com seu filho. Além disso, a matéria inclui uma foto em que ela está nua, parte de um ensaio fotográfico. Preta Gil afirma com orgulho sua herança negra, embora manifeste discordância em relação à implementação de cotas raciais nas universidades, temendo que isso possa gerar um novo tipo de discriminação. No entanto, ela defende a necessidade de um amplo trabalho social junto aos menos privilegiados, visando proporcionar igualdade de oportunidades para negros e brancos.

#### **4.4.3. Personalidades como exemplo de sucesso**

O editorial presente na edição número 62 da revista recebe o título de "Mulheres de fibra". Neste editorial, são abordadas as figuras femininas notáveis do campo artístico que se destacaram. O título escolhido para o editorial busca enfatizar a determinação e a força das mulheres negras, retratando-as como indivíduos resilientes e triunfantes em suas trajetórias. Ele simboliza a coragem e a perseverança dessas mulheres, destacando suas conquistas e batalhas ao longo do tempo.

Figura 11 – Revista nº 62



Fonte: Arquivo digital – Revista Raça (Edição nº 62)

As figuras destacadas são diversas: Halle Berry, reconhecida como a pioneira a receber o Oscar de melhor atriz, um feito histórico para atrizes negras globalmente, segundo a revista. Vanessa, participante do Big Brother, também recebe destaque, mesmo conquistando o segundo lugar, é enaltecida por seu comportamento e caráter exemplares. Além disso, Camila Pitanga é mencionada por ser selecionada pela Colorama/Maybelline New York como modelo de sua campanha de cosméticos, sendo considerada a personificação da beleza da mulher brasileira pela empresa.

O discurso do editor ressalta as oportunidades que estão surgindo para reconhecer a beleza, competência e talento das negras, e que esses exemplos devem ser seguidos pelas leitoras, mesmo diante de desafios. De forma otimista, o editorial destaca a importância da fé e da energia positiva na construção de um mundo melhor, retratando as personalidades dos meios de comunicação como modelos de luta para os leitores.

A edição traz como destaque principal "Vanessa, a big brother do bem", enfatizando as qualidades positivas da participante negra do programa da Rede Globo e sugerindo questionamentos em relação aos outros participantes. A matéria principal,

intitulada "A big brother do bem", apresenta uma entrevista com Vanessa Pascale Ekpenyong, realçando sua herança nigeriana e brasileira, sua bem-sucedida carreira como modelo e suas experiências durante o programa Big Brother.

O discurso da revista sobre Vanessa a retrata como uma mulher negra que teve acesso à educação, oportunidades de carreira e experiências internacionais, características de alguém pertencente à classe média. Além disso, ela é vista como um exemplo positivo, tanto por sua contribuição para a comunidade negra quanto pelo reconhecimento positivo de seus colegas de reality show.

Por outro lado, o editorial da revista número 70, denominado "Em Ritmo de Festa", comenta os sete anos da publicação e destaca uma edição especial. Ele ressalta a presença de sete atrizes na capa da revista, que compartilharam depoimentos sobre a revista, suas vidas e carreiras. O editor destaca que essas sete atrizes estão em uma fase ascendente. Além disso, são evidenciadas matérias sobre Bem Jor e Tia Doca, uma das líderes dos pagodes cariocas.

**Figura 12** – Revista nº 70



Fonte: Arquivo digital – Revista Raça (Edição nº 70)

Além das reportagens sobre Tupac Shakur, o falecido rapper, a agência de modelos negros HDA Models e os atores estadunidenses Will Smith e Martin Lawrence, protagonistas do filme *Bad Boys II*, também ganham destaque nesta edição. O editor convida calorosamente os leitores a se unirem à celebração, convidando-os a fazer parte do evento.

As personalidades retratadas neste editorial abrangem uma ampla gama de áreas, incluindo atrizes, atores estrangeiros e músicos de ascendência negra. O editor ressalta que as sete atrizes apresentadas na capa estão em ascensão, sugerindo que além de serem figuras proeminentes, desfrutam de carreiras em pleno desenvolvimento. Por exemplo, Jorge Ben Jor comemora quatro décadas de sucesso, enquanto Will Smith e Martin Lawrence estrelam um filme de grande sucesso comercial. A HDA Models é uma agência de modelos negros bem-sucedida, e Tia Doca é uma sambista renomada no Rio de Janeiro.

A chamada principal desta edição celebra o sétimo aniversário da revista, com as atrizes expressando seu amor pela "Raça". A capa, com um formato especial dobrado, apresenta o dobro da largura usual e exibe a foto das sete atrizes, todas vestidas de branco, em consonância com o padrão de beleza negro.

A matéria principal, intitulada "7 mulheres de raça", destaca as histórias de Isabel Fillardis, Taís Araújo, Ildi Silva, Thalma de Freitas, Juliana Alves, Janaína Lince e Lica de Oliveira, que se assemelham àquelas apresentadas pela *Revista Raça Brasil*. Cada atriz, ao lado de sua foto, compartilha uma citação que captura a essência da revista, como a declaração de Isabel Fillardis: "ser Raça é ser persistente e ter qualidade".

As atrizes são retratadas como determinadas e otimistas, percebendo mudanças positivas na situação dos negros. Elas também são pioneiras na nova geração de atrizes que conquistaram espaço em novelas. Além disso, várias delas fazem comentários sobre a situação social dos negros, como o caso de Taís Araújo, que deixou uma peça teatral em que estava atuando para participar de outra que contava exclusivamente com um elenco de atores negros.

#### **4.4.4. Visibilidade, beleza e autoestima**

O editorial presente na edição número 71 da revista aborda o tema da "Dignidade", traçando reflexões sobre "respeito" e "autoestima". O editor inicialmente compartilha uma reflexão sobre as palavras que poderiam descrever as aspirações dos negros ao longo dos anos, sugerindo uma inclusão do leitor nesse grupo que busca alcançar esses ideais. Porém, o tom do discurso se transforma, indicando a importância de abandonar as lamentações e buscar ativamente conquistas. As conquistas almeçadas pela maioria dos negros são ilustradas através de exemplos de personalidades negras destacadas na edição: Preta Gil, com sua história de vida inspiradora; Daiane dos Santos, que conquistou respeito e autoestima; e Gilberto Gil, reconhecido por seu sucesso individual. A edição também ressalta o feito de um ministro que discursou na Assembleia Geral da ONU como um marco em sua carreira. Ao concluir o texto, o editor argumenta que a autoestima é uma questão íntima e convida os leitores a celebrar o mês da Consciência Negra. Um poema de Fernando Pessoa, intitulado "Recomeço", é incluído, trazendo à tona a ideia de persistência na luta pela vida, mesmo diante dos próprios medos (Munanga, 1999).

No entanto, o discurso do editorial parece negligenciar as questões históricas e sociais, ao tratar o mês da Consciência Negra como uma ocasião de celebração, em vez de reflexão e protesto, como proposto pelos movimentos negros. É relevante considerar que a mobilização dos negros é vista como um meio para superar as adversidades.

Contrapondo a afirmação do editorial sobre a autoestima ser uma questão íntima, é necessário ponderar sobre a influência da ideologia do branqueamento e do mito das três raças, que visavam apagar a herança africana no país. Essas questões contribuíram para a formação de uma identidade racial negativa, erguendo uma barreira significativa para o desenvolvimento da autoestima dos negros (Araújo, 2000).

O editorial da revista enfatiza questões pessoais e exemplos de personalidades bem-sucedidas, em detrimento de questões mais amplas, como a consciência social. As imagens que acompanham o editorial mostram Preta Gil ao lado do editor segurando seu CD, o ministro Gilberto Gil sendo entrevistado em seu gabinete e Daiane dos Santos executando movimentos na ginástica olímpica. Essa representação sugere que os negros retratados nesse editorial são indivíduos que alcançaram reconhecimento e sucesso.

O editorial presente na edição número 59 da revista também adota uma perspectiva otimista em relação à vida dos negros, destacando o tratamento de questões

relacionadas à comunidade negra pelos meios de comunicação no país e no exterior, incluindo a Conferência das Nações Unidas contra o Racismo.

**Figura 13** – Revista nº 59



Fonte: Arquivo digital – Revista Raça (Edição nº 59)

No editorial, enfatiza-se a necessidade premente de corrigir as disparidades presentes na esfera educacional e no mercado de trabalho. O editor ressalta o papel crucial da revista em oferecer visibilidade à comunidade negra, ilustrado por meio de modelos proeminentes destacados na publicação, cujas imagens acompanham o texto. Ele destaca a seção "Os Destaques do Ano", que analisa as trajetórias de indivíduos como Taiguara, Danielle Leonel e Patrícia de Jesus, com fotografias elucidativas de Zezé Motta, Benedita da Silva e dos modelos mencionados.

Além disso, o editor convida os leitores a explorarem o conteúdo de "Uma Década de Conquistas", uma retrospectiva dos avanços alcançados pela comunidade negra nos últimos dez anos. No entanto, ao mesmo tempo em que revisita o passado, ele realça o compromisso da revista com o futuro, almejando um cenário em que os negros usufruam de condições de trabalho dignas, remunerações justas e uma autoestima fortalecida.

O negro retratado nesse editorial é aquele que atingiu visibilidade e realizou seus objetivos, como os modelos mencionados, a atriz Zezé Motta e líderes políticos como a vice-governadora do Rio de Janeiro, Benedita da Silva.



O discurso do editorial na edição número 61 mantém uma perspectiva otimista sobre a situação do negro, intitulado "Não é Brincadeira". O editor Fran Oliveira destaca a música lançada por Ivo Meirelles, que aborda a escassez de representatividade negra na televisão. Concordando com essa observação, ele ressalta que na novela "O Clone", 20% dos personagens são negros, atendendo a uma antiga reivindicação de parlamentares que lutam pela implementação de políticas inclusivas nesse sentido.

**Figura 14** – Revista nº 61



Fonte: Arquivo digital – Revista Raça (Edição nº 61)

O editor salienta ainda a participação de dois concorrentes de ascendência africana no programa Big Brother, a inclusão de um artista de rap na grade de programação do SBT e a presença de um concorrente negro no programa Casa dos Artistas, também veiculado pelo SBT.

Finalizando seu discurso com um tom de esperança, o editor menciona que, apesar de ainda não ser ideal, a demonstração de uma democracia racial está surgindo, mesmo que de maneira incipiente, nos meios de comunicação televisivos. Ele observa que, embora limitada, essa representação já representa um progresso positivo.

O editorial retrata o indivíduo de ascendência africana como alguém otimista em relação à sua posição social, mas destaca que, apesar dos avanços modestos na mídia, a situação geral da população negra ainda enfrenta consideráveis desafios. A inclusão de



alguns personagens negros na mídia é vista como insuficiente para sustentar a afirmação de que houve progresso na promoção da igualdade racial, uma vez que é necessário levar em conta indicadores como educação, saúde, renda e emprego. A novela mencionada como um exemplo de avanço na representação da população negra na televisão, apesar de representar uma variedade de estratos sociais brasileiros, ainda se concentra predominantemente na classe média branca associada à elite. Elementos da cultura africana e narrativas que exploram a experiência contemporânea dos negros raramente recebem destaque no horário nobre, sendo frequentemente relegados a minisséries (Araújo, 2000).

Na edição número 63 da revista, o editorial intitulado "A Vida Como Ela É" discute a Copa do Mundo e ressalta a presença expressiva de jogadores negros nas seleções europeias e brasileira.

**Figura 15** – Revista nº 63



Fonte: Arquivo digital – Revista Raça (Edição nº 63)

O editorial também aborda brevemente a crise econômica na Argentina e ressalta a existência de uma considerável população negra estimada em cerca de um milhão de indivíduos, apontando para a falta de reconhecimento de sua contribuição para o desenvolvimento do país, que é reconhecido como a nação mais branca da América do Sul. O editor destaca o papel da Associação África Vive, estabelecida em 1996, na promoção da conscientização negra e aponta para a escassa menção aos negros argentinos

como reflexo do racismo arraigado nas elites locais. Ele conclui seu texto exortando para que a crise econômica não obscureça as lutas e manifestações das minorias. O discurso do editorial parece visar a destacar a importância da presença de jogadores negros no futebol, que compõem diversas seleções nacionais ao redor do mundo, além de representar a complexa situação dos negros.

Por sua vez, o editorial da revista número 64, intitulado "A Festa é Nossa!", traz à tona um verso de Jorge Aragão que aparenta abordar temáticas relacionadas à autoestima e à libertação ao aceitar e celebrar a identidade negra.

**Figura 16** – Revista nº 64



Fonte: Arquivo digital – Revista Raça (Edição nº 64)

Neste editorial, o editor-chefe não é retratado, sendo substituído pela celebração dos seis anos da revista por meio das capas das edições de aniversário anteriores. Essas capas, ilustrando com várias imagens, celebram de forma festiva cada aniversário da publicação, evidenciando a alegria do povo negro. O editorial se inicia abordando críticas direcionadas à revista em relação ao seu direcionamento editorial e à representação do negro brasileiro. No entanto, o editor discorda dessas críticas, argumentando que, ao longo dos seis anos de existência, a revista manteve sua missão fundamental de proporcionar visibilidade à comunidade negra. Ele defende que, apesar das estatísticas,

que, segundo ele, muitas vezes não refletem a realidade, os negros têm conquistado avanços. O editor enfatiza que os dados estatísticos tendem a retratar os negros de forma desfavorável, reforçando a importância de uma abordagem otimista em relação à questão racial, mesmo que isso signifique deixar de lado certos indicadores sociais.

Por sua vez, o editorial da revista número 67, intitulado "A vida Não é Filme", destaca a presença de negros na equipe do governo Lula, enxergando aspectos positivos nessa representação, uma vez que este parece ser o governo com maior inclusão de negros em cargos de destaque.

Figura 17 – Revista nº 67



Fonte: Arquivo digital – Revista Raça (Edição nº 67)

Neste editorial, o editor Oliveira enfatiza o planejamento de uma série de reportagens com os membros do governo, com o propósito de compreender como eles pretendem aumentar a visibilidade da comunidade negra. Ele sugere que os desafios enfrentados pelos negros no Brasil estão principalmente relacionados à falta de representatividade. Em relação aos ministros, Oliveira destaca a importância deles considerarem a perspectiva negra ao assumirem seus cargos, convidando os leitores a explorarem a matéria sobre a ministra do meio ambiente para compreenderem suas

opiniões. Para o editor, a presença expressiva de negros no governo Lula representa um avanço para a comunidade negra, salientando que nunca houve tantos negros ocupando posições de destaque no governo brasileiro. Além disso, o editorial aborda sucintamente o impacto do filme "Cidade de Deus" na comunidade, mencionando as repercussões entre os moradores e como alguns sentiram um aumento no preconceito após o lançamento do filme. Também é feita menção à morte do rapper Sabotage e à violência, concluindo com as reflexões da ministra do Meio Ambiente, Marina Silva, sobre a igualdade de oportunidades para todos os grupos étnicos em uma sociedade justa.

Na revista número 68, intitulada "Lei Áurea - 115 anos!", Oliveira aborda os desafios na aplicação das leis no país, citando o caso da Lei Áurea e como a libertação dos escravos não se traduziu efetivamente em cidadania e autoestima para os ad. Ele destaca que, apesar dos avanços alcançados, ainda há muito a ser feito para garantir a igualdade racial no Brasil.

Adicionalmente, em várias edições da revista, há uma ênfase em questões de beleza, moda e cuidados pessoais, especialmente relacionados aos cabelos crespos. Isso reflete o interesse da comunidade negra nessas áreas e como a indústria de cosméticos tem atendido essa demanda. As matérias sobre moda e beleza apresentam produtos e tratamentos com preços elevados, indicando um público-alvo com bom poder aquisitivo, provavelmente da classe média.

## **5. Comparativos da primeira e segunda fase**

Os contrastes entre a primeira e a segunda fase da *Revista Raça Brasil* se manifestam através do slogan, da capa, do editorial e da matéria principal. O lema "A revista dos negros brasileiros", que anteriormente adornava a capa da *Raça Brasil*, desaparece a partir da edição nº 36, marcando o quarto ano de existência da revista. Essa ausência pode ter enfraquecido o impacto visual da capa, uma vez que, embora o nome Raça e as imagens de negros continuem carregando significados fortes, o lema reforçava ainda mais a identidade étnica da publicação.

Na segunda fase, a possível razão para a falta do slogan pode ser atribuída à decisão da editora de adotar um novo projeto gráfico mais simplificado, com cores de fundo mais suaves, conferindo à revista um perfil mais próximo ao de uma revista de moda e menos voltado para a diversidade, como era anteriormente.

Em relação à capa, na primeira fase, ela transmitia um tom afirmativo e enérgico de reconhecimento e valorização da identidade e fenótipo negro, além da autoestima. Já na segunda fase, a capa direcionava-se quase que exclusivamente para questões de beleza e moda. Observa-se alguma semelhança entre as duas fases no que diz respeito à representação de personalidades do meio artístico como exemplos de superação. No entanto, na segunda fase, isso ocorreu com menos frequência, com modelos desconhecidos ocupando mais espaço.

Na primeira fase, as pessoas comuns tinham mais destaque na revista, tanto na capa quanto na matéria principal. Por exemplo, a edição nº 48 apresentou uma engenheira na capa, enquanto a edição nº 27 destacou a matéria principal intitulada "Nossa cor é linda", com uma ampla exposição de pessoas comuns. A perspectiva individualista de superação dos problemas, especialmente através do esforço pessoal, foi evidente em ambas as fases, embora pareça mais proeminente na primeira fase. Os editoriais de ambas as fases se dirigiam ao leitor como negro, mas na primeira fase essa abordagem era mais enfática, afirmando que a revista foi feita para um país majoritariamente negro. Além disso, na primeira fase, a revista posicionava-se de forma mais explícita contra o racismo na sociedade e nos meios de comunicação. A questão da autoestima e da valorização da identidade negra era mais incisiva no discurso da primeira fase, enquanto na segunda fase, embora presente, não era tão enfatizada. O objetivo da revista na segunda fase, como enfatizado pelo editor, era principalmente dar visibilidade ao negro.

Por fim, é relevante destacar que o perfil da matéria principal na primeira fase diferia da segunda em alguns aspectos. Na primeira fase, foram destacadas mais personalidades de sucesso, enquanto na segunda fase, várias matérias principais abordaram amplamente questões de beleza, moda e tratamentos estéticos, utilizando modelos menos conhecidos do público. Outra diferença entre as duas fases estava na manutenção do tom afirmativo em relação à origem negra e ao orgulho, que se destacava mais na primeira fase. Na primeira fase, muitos entrevistados falavam com orgulho sobre sua origem negra, o que foi amplamente destacado pela revista. Já na segunda fase, o reconhecimento de pertencer ao grupo étnico negro era mais comum, mas não recebia grande destaque.

As mudanças na revista ao longo das duas fases parecem ser resultado das tentativas da editora de reverter a queda na circulação da publicação e retornar aos

números iniciais. A redução nas vendas pode ter sido causada pela falta de um departamento de marketing e pela consequente falta de promoção da revista, como mencionado por Aroldo Macedo em entrevista durante seu período como editor-chefe da publicação (Pereira, 2001).

### **5.1. Capa de revista como espaço de privilégio**

Quando se analisa a presença de pessoas negras nas capas das principais revistas, nota-se que essa representação ainda é minoritária. Entre os anos de 2004 e 2014, a revista *Claudia*, apenas Camila Pitanga e Taís Araújo foram retratadas, com intervalos que chegaram a três anos entre suas aparições. Camila Pitanga foi destacada na capa de março de 2006, vestindo cores que remetiam à bandeira brasileira, enquanto Taís Araújo ganhou destaque em setembro de 2009, sendo celebrada como a "musa da igualdade" em uma edição especial dedicada ao combate ao racismo. No entanto, mesmo com essas iniciativas, houve uma lacuna na representação negra até abril de 2010, quando Camila Pitanga retornou à capa. Posteriormente, houve outro intervalo até agosto de 2012, quando Taís Araújo novamente estampou a primeira página. Essa repetição de nomes sugere uma falta de diversidade na representação étnica.

Já na revista TPM, a situação parece ser um pouco mais positiva em termos de diversidade racial nas capas. Durante o mesmo período, figuras como Lázaro Ramos, Thalma de Freitas, Juliana Alves e Gaby Amarantos foram apresentadas, refletindo uma variedade maior na representação negra. No entanto, mesmo com essas inclusões, a presença negra ainda foi limitada, com apenas 12 aparições ao longo de 11 anos de publicações (Bittelbrun, 2016).

Apesar do pioneirismo da *Revista Raça Brasil* em se autodenominar voltada para o público negro, há críticas sobre como essa segmentação pode contribuir para a perpetuação de estereótipos e a reafirmação da ideia de que raça no Brasil se restringe apenas aos negros. Além disso, a falta de representatividade negra em revistas de grande circulação pode contribuir para a marginalização desse grupo na sociedade (Bittelbrun, 2016).

Em última análise, a sub-representação de negros e negras nas capas das revistas reflete e reforça as desigualdades raciais presentes na sociedade brasileira. Essa falta de diversidade não apenas perpetua estereótipos negativos, mas também contribui para a

manutenção de padrões hegemônicos de beleza e sucesso, que privilegiam o branco como norma (Bittelbrun, 2016).

## 5. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS – PASSADO E PRESENTE

O nome da revista, *Raça Brasil*, suscita reflexões profundas devido à sua conexão com a categorização humana, especialmente no contexto dos negros. Embora o termo "raça" já tenha sido reconhecido pela ciência como uma categoria biológica ou genética, atualmente perdeu essa validade. No entanto, isso não altera a maneira como a raça é percebida e aplicada na sociedade. Os significados culturalmente compartilhados em torno desse termo ainda têm suas raízes em concepções biológicas, perpetuando uma classificação dos indivíduos com base em uma origem racial imaginada (Hall, 2001).

Ao longo da história do Brasil, o termo "raça" foi associado ao negro de maneira negativa. No entanto, a *Revista Raça Brasil* adota uma nova abordagem, buscando reverter esse discurso discriminatório imposto aos não brancos. O título "Raça" ressurge com um novo significado, representando uma oportunidade de revitalização simbólica da identidade negra e um caminho para superar o estigma étnico (Sodré, 1999). O título "Raça", associado ao nome do país "Brasil", sugere uma definição do povo brasileiro como negro, endossando a ideia de que os negros constituem a maioria populacional. (Pereira, 2001)

A *Revista Raça*, um veículo de comunicação com enfoque na diversidade e cultura preta, tem se destacado ao longo dos anos por sua influência e relevância no cenário editorial nacional. Nesta análise, serão apresentados dados e informações relevantes que delineiam a situação atual da revista.

No dia 6 de setembro de 1996, há exatamente 27 anos, a primeira edição da *Revista Raça* foi lançada nas bancas. Desde então, surpreendeu o mercado editorial brasileiro ao vender notáveis 275 mil exemplares, estabelecendo um feito inigualável até hoje. Isso é ainda mais marcante considerando o preconceito e o estigma que cercavam o mercado, que duvidava da viabilidade de uma revista focada na temática negra no Brasil,

argumentando que a comunidade negra não tinha interesse em leitura ou em adquirir revistas (Araújo, 2023).

Ao longo dos anos, a *Revista Raça* manteve sua relevância e continua a escrever sua história de maneira impactante. Seu surgimento remonta à fundação por Joana Fun, descendente de chineses e proprietária da Símbolo Editora, que a publicou por uma década. Em sua segunda fase, a revista foi adquirida pela Editora Escalla, que a manteve por mais dez anos, período durante o qual, sob a direção do jornalista Mauricio Pestana, a publicação começou a se aventurar no formato digital (Araújo, 2023).

Foi neste período que a *Revista Raça* passou por mudanças significativas e assumiu uma postura mais crítica em relação à sociedade brasileira. Sob a liderança de Pestana, a revista passou a promover debates sobre questões raciais de maneira clara e objetiva, defendendo iniciativas afirmativas, como as cotas para negros no ensino superior. Essa abordagem direta e comprometida marcou a trajetória da revista, que anteriormente se concentrava em temas relacionados à estética, beleza e moda negra.

Na terceira fase de sua história, que já dura sete anos, a *Revista Raça* foi adquirida pela Editora Pestana, Art e Publicações, ganhando ainda mais relevância e se consolidando como uma referência no jornalismo voltado para a comunidade negra na América Latina. Além disso, a revista é pioneira ao oferecer conteúdo impresso, digital e em vídeo, atendendo às diversas preferências de seu público (Araújo, 2023).

Tomando como exemplo a capa inaugural, intitulada "Essa é pra mim!", lançada em 1996, vislumbra-se a representação de dois personagens centrais. Destaque especial é conferido a Isabel Cristina Teodoro Fillardis, atriz, cantora, apresentadora e ex-modelo brasileira, cujo protagonismo na capa é sublinhado pela chamada que a nomeia como "Isabel Fillardis: Gatíssima".

Essa edição pioneira, durante um período em que era raro encontrar representação negra em publicações de moda e demais posições de destaque na publicidade, assume um papel emblemático. A entrevista com Pestana, responsável pela revista, revela que a edição inaugural obteve um feito notável ao vender 270 mil exemplares, estabelecendo-se como um recorde para primeiras edições de revistas. Esse êxito desafiou as teses propagadas por publicitários que alegavam a inexistência de espaço no mercado para representação negra. As subseqüentes edições mantiveram um desempenho significativo, consagrando a publicação como um marco histórico.

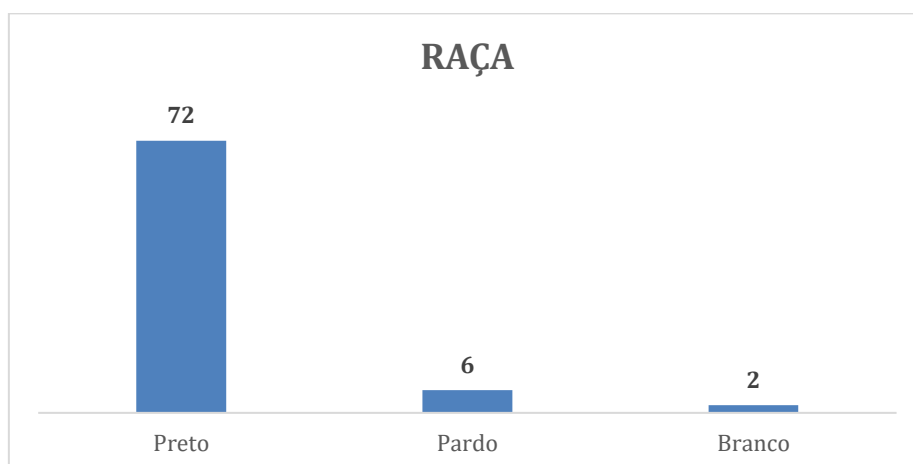


Na segunda edição listada em categoria "Atração Black: O homem negro é mesmo imbatível na cama?", emerge uma análise mais profunda das temáticas abordadas pela *Revista Raça*. Destaca-se, nesse contexto, a abordagem de assuntos relacionados à esfera sexual, gerando uma reflexão sobre a construção de estereótipos que, atualmente, manifestam-se como uma evidente hipersexualização do homem negro.

Esta escolha editorial revela a disposição da revista em abordar não apenas questões raciais, mas também explorar nuances da representação e percepção da sexualidade, especialmente no que diz respeito ao homem negro. Ao promover debates sobre a imbatibilidade sexual, a publicação insere-se em discussões mais amplas sobre estereótipos de gênero e raça, contribuindo para a compreensão crítica das dinâmicas sociais subjacentes a essas representações.

Na sexta edição, intitulada "Mangueira e Bronx: Dois bairros lutam contra a violência", evidencia-se um enfoque relevante na categorização proposta para análise, especialmente relacionada à classe. A chamada destaca a narrativa de dois bairros periféricos, Mangueira, no Rio de Janeiro, e Bronx, em Nova York, ambos engajados em combater a violência e o preconceito, reivindicando seu direito à mobilidade e provocando debates críticos.

As representações de personalidades em capas de revista, com o objetivo desta pesquisa é analisar o conteúdo representativo interseccional nas capas da *Revista Raça* ao longo de seus 27 anos de existência. Foram coletados e organizados dados relativos a um conjunto de 211 pessoas que apareceram em capas de revistas em 27 anos de publicação, permitindo uma análise aprofundada de aspectos como raça, peso, orientação sexual, idade, identidade de gênero, classe social, localização geográfica e presença de deficiências.

**Tabela 1 - Raça**

Fonte: O autor (2024)

A análise da primeira fase revelou que, das 80 pessoas presentes nas capas foram identificadas como pertencentes a grupos racializados, com 72 identificados como pretos e 6 como pardos e 2 brancos. Esse dado destaca uma predominância de pessoas negras nas capas, o que sugere um foco editorial em questões de representatividade racial.

**Tabela 2 - Peso**

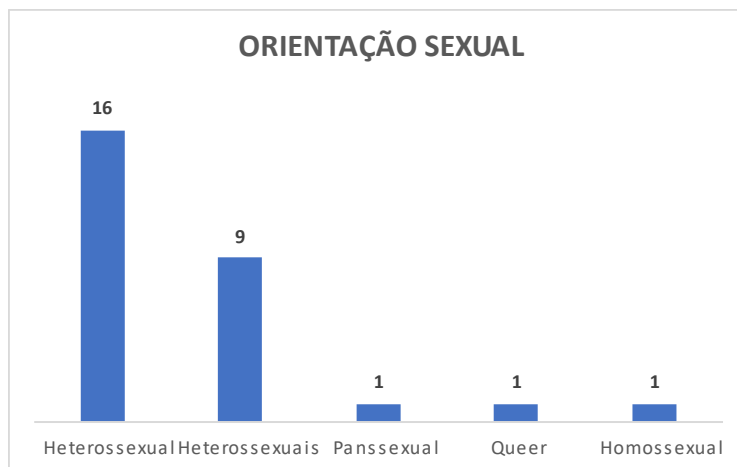
Fonte: O autor (2024)

Todos os indivíduos analisados (77) foram classificados como pertencentes ao padrão de peso normativo, indicando uma ausência de diversidade corporal nas capas de revistas estudadas, mostrando somente 2 mulheres *Plus Size* e 1 homem na categoria peso.

Em termos de orientação sexual na segunda fase da revista que vai da edição 200 até a 249, dos 28 indivíduos cuja orientação foi registrada, a maioria (16) foi identificada como heterossexual. Além disso, foram registrados 9 heterossexuais, 1 pansexual, 1 queer

e 1 homossexual. Esses dados indicam uma predominância de representações heteronormativas, embora haja uma presença limitada de outras orientações sexuais.

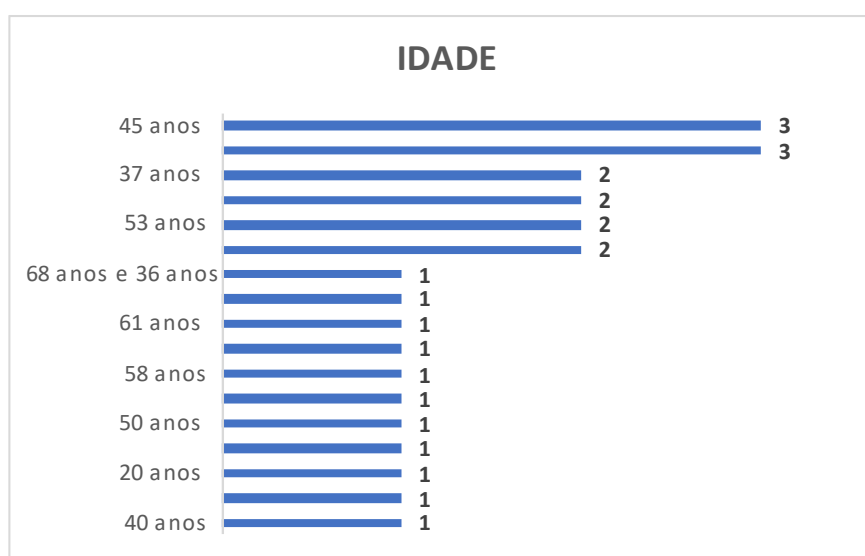
**Tabela 3 - Orientação Sexual**



Fonte: O autor (2024)

A análise da idade revelou uma diversidade de faixas etárias, com a presença de pessoas variando de 20 a 98 anos. A distribuição mostrou que as faixas etárias mais recorrentes incluíam indivíduos de 33, 31, 45 e 53 anos, sugerindo uma preferência editorial por figuras em faixas etárias maduras, mas ainda ativas na esfera pública.

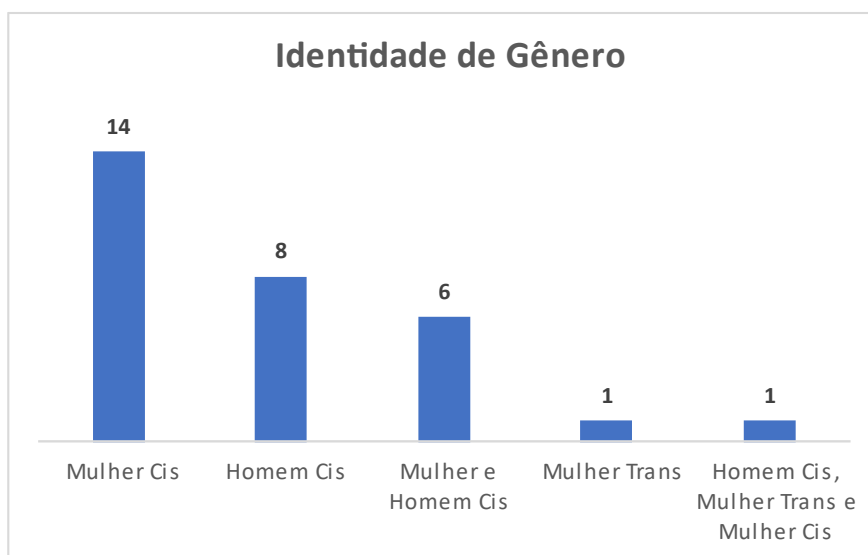
**Tabela 4 - Idade**



Fonte: O autor (2024)

Quanto à identidade de gênero, 30 indivíduos foram categorizados, sendo 14 mulheres cisgênero, 8 homens cisgênero, 6 representações mistas de mulheres e homens cisgêneros, 1 mulher trans e 1 composição de homem cis, mulher trans e mulher cis. Estes dados refletem uma predominância de identidades de gênero cisgênero, com menor visibilidade para identidades transgênero.

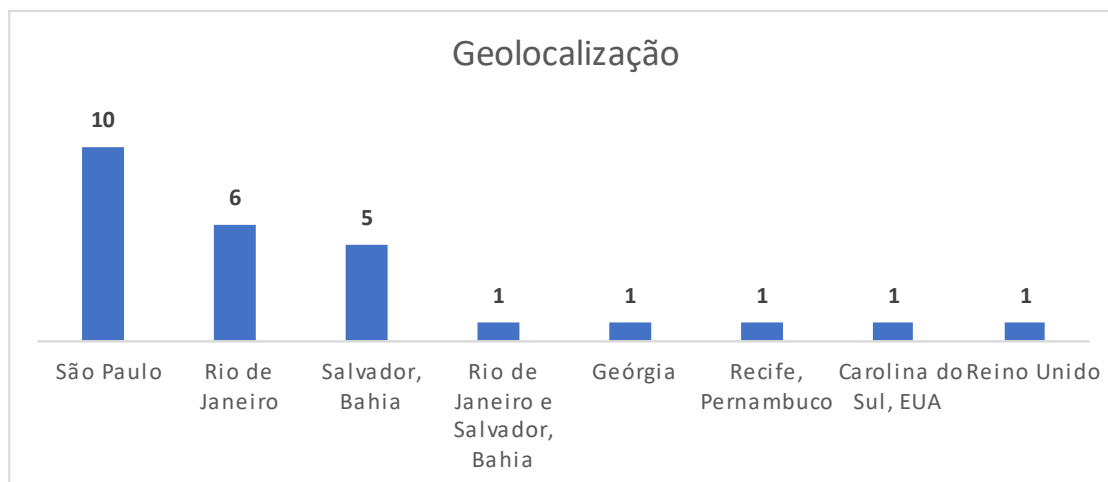
**Tabela 5 - Identidade de Gênero**



Fonte: O autor (2024)

A classe social também foi investigada, e os resultados indicaram que 29 dos indivíduos representados pertenciam à classe alta, o que revela uma inclinação editorial para a visibilidade de figuras sociais de elevado status econômico.

A análise geográfica mostrou que a maioria dos indivíduos estava localizada em São Paulo (10), seguida pelo Rio de Janeiro (6) e Salvador (5). A presença de figuras de outras localidades, como Geórgia, Carolina do Sul e Reino Unido, indica uma diversidade geográfica, ainda que limitada às principais capitais e algumas localidades internacionais.

**Tabela 6 - Geolocalização**

Fonte: O autor (2024)

Não foram registrados dados sobre a presença de deficiências entre os indivíduos representados, sugerindo uma lacuna significativa na inclusão de pessoas com deficiência nas capas de revista analisadas.

Ao abordar a realidade desses bairros periféricos, a revista não apenas proporciona uma visão mais abrangente das dinâmicas sociais locais, mas também estabelece uma conexão intercontinental entre realidades aparentemente distintas. A discussão sobre a violência confronta estereótipos, revelando as complexidades e desafios enfrentados por comunidades marginalizadas em diferentes contextos urbanos.

Durante os anos 1960, os negros que trabalhavam ativamente para criticar, desafiar e alterar o racismo branco sinalavam a obsessão dos negros com o cabelo liso como um reflexo da mentalidade colonizada. Foi nesse momento que os penteados afros, principalmente o black, entraram na moda como um símbolo de resistência cultural à opressão racista e foram considerados uma celebração da condição de negro(a) (Hooks, 2005).

Quando adentramos as pautas que envolvem questões de raça, classe e gênero, e exploramos o entrecruzamento direto com temáticas que se desdobram em outros aspectos socioculturais, torna-se inegável o comprometimento profundo da *Revista Raça* com essa temática.

Nesse contexto, não reconhecer a ênfase inequívoca dada aos fatores interseccionais que ultrapassam as próprias páginas da revista, é algo impossível de não ser verificado. Erika Hilton, como capa, personifica essa abordagem de maneira notável, onde seu próprio corpo, suas vivências e identidades falam por si mesmos.

A *Revista Raça* não se limita a abordar superficialmente essas questões, mas aprofunda-se na complexidade das interações entre raça, classe, gênero e sexualidade. A capa de Erika Hilton é um reflexo vívido dessa abordagem interseccional, destacando a interseccionalidade como um aspecto essencial na narrativa de indivíduos que, como ela, enfrentam e transcendem barreiras sistêmicas. A revista se consolida, assim, como uma voz influente que dá visibilidade às experiências multifacetadas e muitas vezes sub-representação da população, contribuindo para uma compreensão mais rica e sensível das complexidades sociais.

**Figura 18** – Antes e depois das fases



**Fonte:** Arquivo digital – *Revista Raça* (2024)

A presença de temas interseccionais sempre está presente na revista, mesmo no quarto ano de publicação da revista, como sinalizado na imagem acima, evidenciando as categorias de raça, orientação sexual e classe, “Negro, gay e vencedor”. Atribuição das opressões se repete na edição 232.

A presença abrangente em diversos canais de comunicação, particularmente nas redes sociais, e o uso de pautas relacionadas à interseccionalidade como um meio de

facilitar a disseminação de informações jornalísticas de alta qualidade exemplificam como a *Revista Raça* desempenha um papel crucial na promoção de debates substanciais e fundamentais para a sociedade. Através de sua atuação multifacetada, a revista emerge como um veículo influente na promoção do pensamento crítico sobre questões de gênero, raça e classe no contexto brasileiro.

A estratégia de aproveitar os diversos canais de comunicação, incluindo as redes sociais, como plataformas para a disseminação de conteúdo, demonstra o compromisso da *Revista Raça* em tornar esses debates amplamente acessíveis e relevantes. Isso não apenas amplifica o alcance dessas discussões, mas também fortalece o papel da revista como um agente de mudança social.

Assim, a *Revista Raça* se posiciona não apenas como uma publicação de moda, mas como um importante veículo de comunicação engajado em direcionar a atenção da sociedade para questões cruciais de justiça social, igualdade e inclusão, contribuindo de maneira significativa para o discurso público e a conscientização sobre essas temáticas urgentes.

A análise das capas da *Revista Raça* ao longo de sua trajetória editorial proporciona uma visão esclarecedora sobre as transformações e continuidades que caracterizam a abordagem da publicação desde seu ano inaugural até os dias atuais. Inaugurada em 1996 com a notável capa "Essa é pra mim!", a revista desempenhou um papel preeminente ao instaurar um paradigma de representação negra em um contexto em que a presença negra era notadamente escassa. Este marco inaugural não apenas estabeleceu um precedente, mas também foi corroborado por um recorde de vendas que evidenciou o interesse e aceitação do público diante dessa nova perspectiva.

A transição temática ao longo dos anos revela uma profundidade na abordagem, transcendendo a mera representação racial para explorar complexidades interseccionais. A segunda edição, em particular, ao explorar a sexualidade do homem negro, ilustra a disposição da *Revista Raça* em se debruçar sobre questões intrincadas, contribuindo para uma análise mais aprofundada sobre estereótipos entrelaçados de gênero e raça. Esta abordagem mais abrangente reflete um amadurecimento na compreensão das multifacetadas identidades da comunidade.

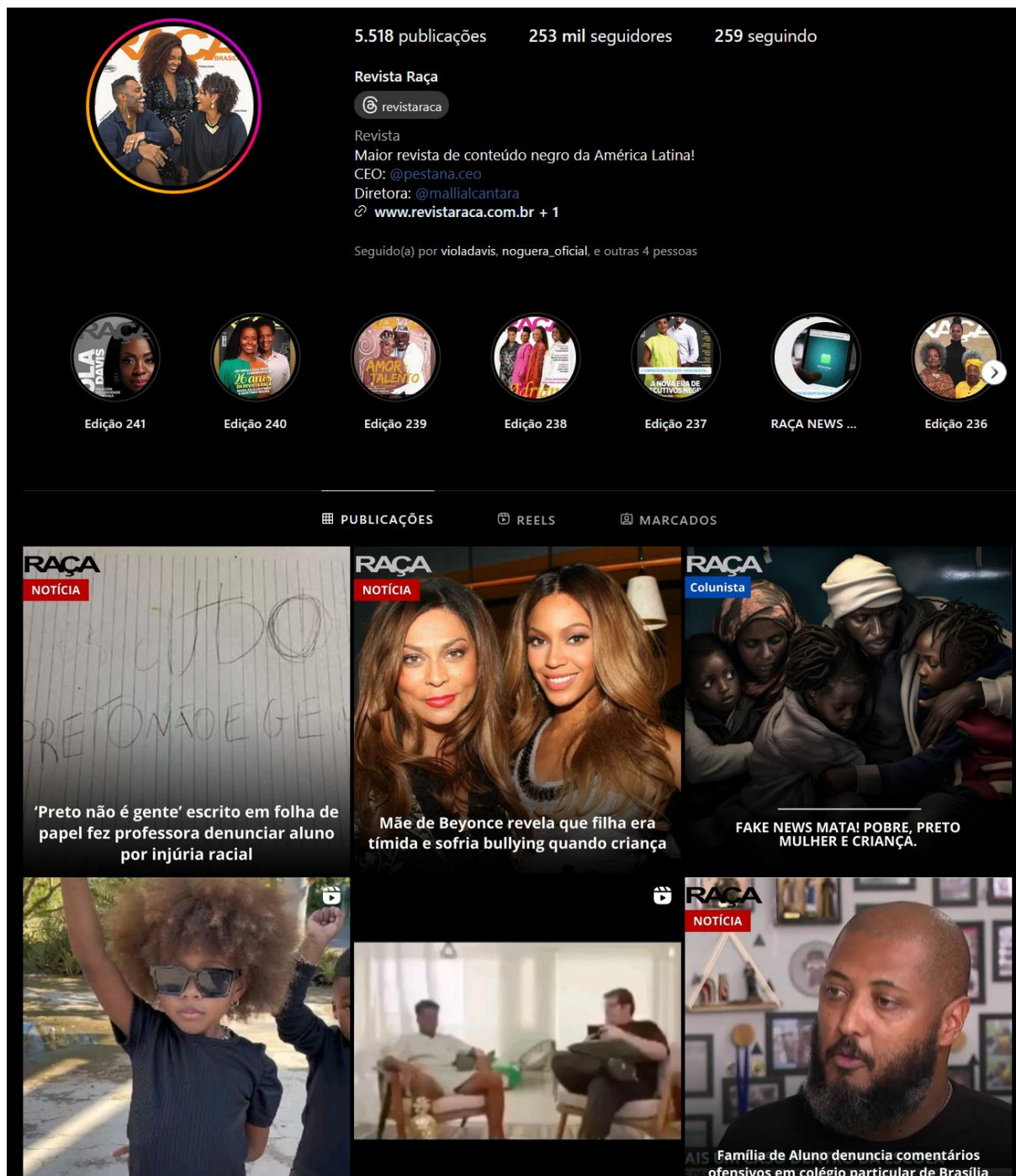
A sexta edição, intitulada "Mangureira e Bronx: Dois bairros lutam contra a violência", reflete uma mudança paradigmática em direção a questões sociais e de classe. Esta escolha editorial demonstra a capacidade da revista de adaptar seu escopo temático

para abordar dinâmicas sociais mais amplas, promovendo debates críticos sobre violência, preconceito e resistência.

A presença virtual da *Revista Raça* é marcante e dinâmica. A revista mantém ativos perfis em diversas plataformas de mídia social, como Facebook, Instagram, Twitter e YouTube, onde regularmente compartilha conteúdo relevante e interage de forma contínua com seus seguidores. Essa estratégia tem sido essencial para ampliar a visibilidade da revista e fortalecer seu engajamento com o público, estabelecendo uma conexão mais próxima e acessível com os leitores.

**Figura 19** – Perfil público da *Revista Raça* na plataforma social Instagram





Fonte: Instagram Revista Raça (2024)

Uma das características distintivas da *Revista Raça* é o seu elevado grau de interação com a comunidade. Através de iniciativas como pesquisas, transmissões ao vivo e debates online, a revista promove uma participação ativa dos seus leitores, permitindo que estes contribuam significativamente para as discussões sobre identidade racial. Ao longo do seu percurso, a *Revista Raça* tem sido reconhecida e premiada pelo seu

compromisso com o jornalismo de qualidade e pela promoção da diversidade. Além disso, a revista oferece opções de assinatura tanto para a sua versão digital quanto para a sua versão impressa, garantindo uma fonte estável de receita e sustentabilidade financeira. Essa diversificação nos modelos de negócio tem desempenhado um papel crucial na continuidade e expansão da *Revista Raça*.

**Figura 20** – Opções de assinatura versão digital da *Revista Raça*



Revista Raça Ed. 241 – Especial Viola Davis  
R\$21,99



Revista Raça Ed. 240 – 26 anos da Revista Raça –  
Maria Júlia Coutinho e Agostinho Moura  
R\$21,99



Revista Raça Ed. 239 – Amor e Talento  
R\$21,99



Revista Raça Ed. 238 – Adriana  
R\$21,99



Revista Raça Ed. 237 – A Nova Era de Executivos  
Negros  
R\$21,99



Revista Raça Ed. 236 – Mãe, Filha e Nota  
R\$21,99



Revista Raça Ed. 234 – Estilistas  
R\$15,99

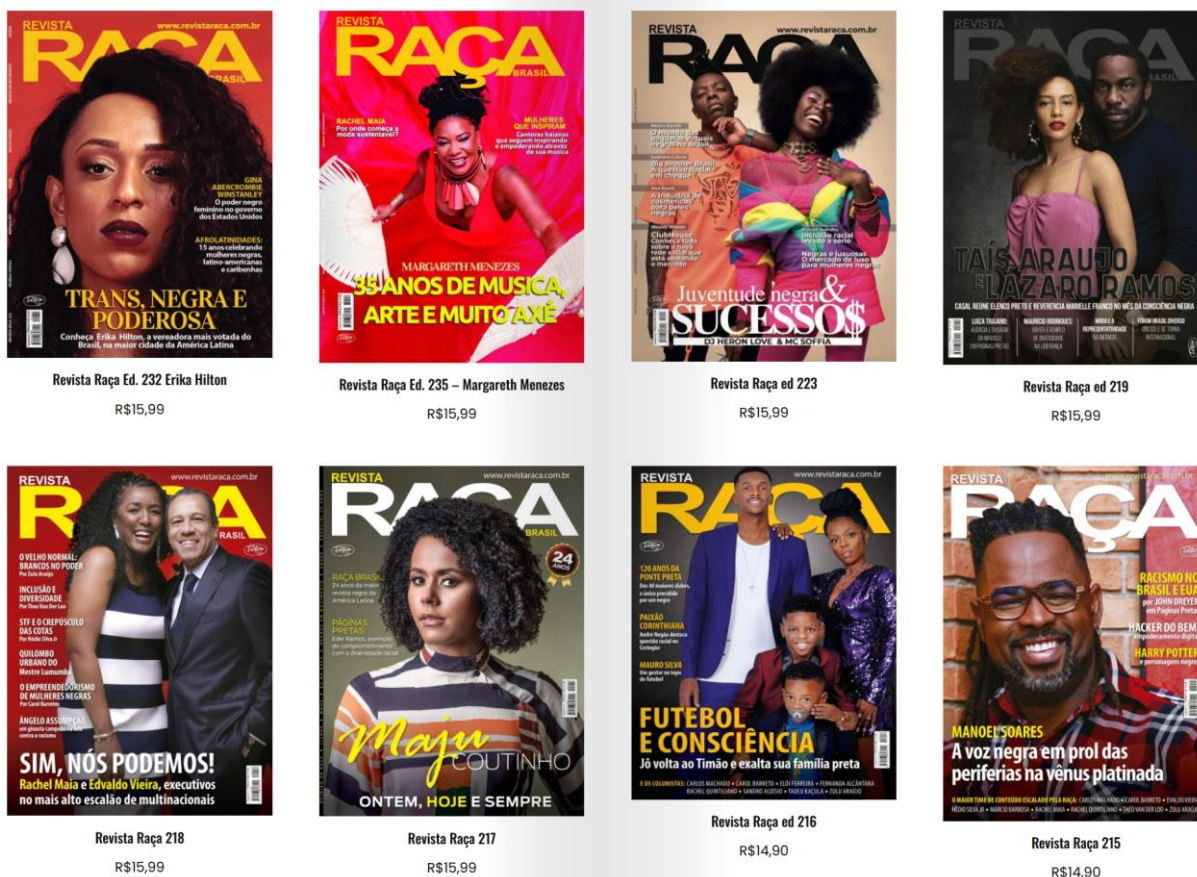


Revista Raça Ed. 233 – Gilson Rodrigues  
R\$15,99

Fonte: Site da *Revista Raça* (2024)



**Figura 21** – Opções de conteúdo de assinatura versão digital da *Revista Raça*



Fonte: Site da *Revista Raça* (2024)

A análise das capas ao longo do tempo ressalta a persistência da *Revista Raça* em promover a diversidade e dismantlar estereótipos. Um estudo demográfico e sociocultural das personalidades em destaque nas capas, conforme mencionado no capítulo 4, pode oferecer uma compreensão mais aprofundada da evolução editorial da revista, revelando padrões contínuos ou mudanças significativas.

A trajetória da *Revista Raça* revela não apenas uma transformação na representação racial, mas também uma abordagem de temas interseccionais, sociais e de classe. Esse percurso não apenas reflete as mudanças na sociedade, mas também demonstra o papel dinâmico da revista em promover a diversidade e estimular discussões críticas sobre as complexidades das experiências.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para o início da discussão, parte-se da ideia de que a capa é a página mais importante de uma revista. Segundo Fatima Ali (2009), a capa é o que atrai e faz o leitor adquirir o exemplar da revista, e se configura como o elemento isolado mais importante para estabelecer a reputação da publicação. Ao longo deste estudo, buscamos desvendar a complexidade da representatividade nas capas da *Revista Raça* ao longo de seus 27 anos de existência. Nosso objetivo principal é analisar o conteúdo representativo interseccional nas capas da *Revista Raça* ao longo de seus 27 anos de existência, além de conferir as mudanças e continuidades ao longo do tempo.

Ao examinar a evolução editorial da *Revista Raça*, pode-se observar diferentes fases e abordagens adotadas pela publicação. Desde sua fundação, a revista desafiou estereótipos e preconceitos, buscando afirmar a identidade negra e promover debates importantes sobre a questão racial no Brasil. Nas primeiras edições, as capas destacavam afirmações contundentes e positivas sobre a comunidade negra, enfatizando sua beleza, autoestima e sucesso. No entanto, ao longo dos anos, houve uma mudança de foco, com a revista passando a valorizar não apenas a autoestima, mas também a visibilidade e o protagonismo da comunidade negra em diferentes esferas da sociedade. Isso reflete não apenas as transformações sociais e culturais ocorridas no país, mas também o compromisso da revista em acompanhar e promover avanços na luta contra o racismo e pela igualdade racial.

Ao analisar cada uma das capas ao longo do tempo, foi possível estabelecer conexões com o contexto histórico, político e cultural em que foram produzidas. Muitas vezes, as capas refletiam eventos, movimentos e debates relevantes para a comunidade negra, destacando a importância da revista como um espaço de reflexão e mobilização social. Além disso, as capas da *Revista Raça* também nos forneceram insights valiosos sobre as representações raciais na mídia brasileira. Através das figuras destacadas, dos temas abordados e da estética adotada, pudemos identificar padrões e tendências na forma como a comunidade negra é retratada e percebida pela sociedade em diferentes momentos da história recente do Brasil.

No entanto, é importante reconhecer que ainda há desafios a serem enfrentados. Apesar dos avanços alcançados, a luta contra o racismo e pela igualdade racial continua

sendo uma batalha constante. É fundamental que os meios de comunicação, incluindo revistas como a *Raça*, continuem a promover uma maior diversidade e inclusão, garantindo que as vozes e experiências da comunidade negra sejam representadas de forma autêntica e respeitosa.

Diante disso, esse estudo não apenas contribui para uma melhor compreensão das representações raciais na mídia brasileira, mas também destaca a importância de se reconhecer e valorizar a diversidade em todas as suas formas. Ao celebrar as conquistas e desafios enfrentados pela comunidade negra, as capas da *Revista Raça* nos convidam a refletir sobre o papel que cada um de nós pode desempenhar na construção de uma sociedade mais justa e igualitária para todos.

## 7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALI, Fatima. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009. 458 p.

ARAÚJO, Joel Zito Almeida de. **A Negação do Brasil: o negro na telenovela brasileira**. São Paulo: Editora SENAC, 2000. 323 p.

AKOTIRENE, Carla. **Interseccionalidade**. São Paulo: Pólen Produção Editorial LTDA, 2019.

ARAÚJO, Zulu. **Um viva a Revista Raça**. *Revista Raça*, 2023. Disponível em: <<https://revistaraca.com.br/um-viva-a-revista-raca/>>. Acesso em: 9 jun. 2024.

BENETTI, Marcia. **Revista e jornalismo: conceitos e particularidades**. In: TAVARES, Frederico; SCHWAAB, Reges (org.). *A revista e seu jornalismo*. Porto Alegre: Penso, 2013. p.44-57.

BITTELBRUN, Gabrielle Vivian. **A negra que não está na capa de revista: debates sobre raça e gênero**. *Anu. Lit.*, Florianópolis, v. 21, n.1, p. 170-187, 2016. Disponível em: <<Dialnet-ANegraQueNaoEstaNaCapaDeRevista-5716181.pdf>>. Acesso em: 9 jun. 2024.

BUITONI, Dulcília Schroeder. **Mulher de papel: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira**. São Paulo: Summus, 2009. 239 p.

CARRERA, Fernanda. **Roleta interseccional: proposta metodológica para análises em Comunicação**. In: *E-Compós*. 2021.

CARRERA, Fernanda et al. **Para além da descrição da diferença: apontamentos sobre o método da roleta interseccional para estudos em Comunicação**. *Liinc em Revista*, v. 17, n. 2, p. e5715-e5715, 2021.

CARVALHO, Carmen. **Segmentação do jornal, a história do suplemento como estratégia de mercado**. V Congresso Nacional de História da Mídia. São Paulo: 2007.

CRENSHAW, Kimberlé. Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 10, n. 1, p. 171-188, 2002.

\_\_\_\_\_. Mapping the margins: Intersectionality, identity politics, and violence against women of color. **Stanford Law Review**, v. 43, p. 1241-1299, 1991.

\_\_\_\_\_. **Demarginalizing the intersection of race and sex: A black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory and antiracist politics.** University of Chicago Legal Forum, p. 139, 1989

CUNHA, Karenine Miracelly Rocha da. **Capas na mídia impressa: a primeira impressão é a que fica.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2007. Disponível em:  
<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/r0787-1.pdf>>. Acesso em: 9 jun. 2024.

DAVIS, Angela Y. **Women, Race, and Class.** New York: Random House, 1981.

DINES, Alberto; VOGT, Carlos; MELO, José Marques (Orgs). **A Imprensa em Questão.** Campinas: Editora da Unicamp, 1997.

FERNADES, Florestan. **Significado do protesto negro.** São Paulo: Cortez Editora, 1989.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GUERRA, Isabel Carvalho. **Pesquisa Qualitativa e Análise de Conteúdo: Sentidos e formas de uso.** 1. ed. Cascais: Príncípia Editora, 2006. 98 p.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** 5. ed. Traduzido por Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 2001, 5. ed. Tradução de: The question of cultural identity.

HALL, Stuart. (Org.) **Representation.** Cultural representations and signifying practices. Londres: Sage Publications, 1997.

LORDE, Audre. **Sister Outsider: Essays and Speeches.** New York: The Crossing Press, 1984.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas: o caso da Editora Abril.** Tese de Doutorado – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1997.

MOURA, Clóvis. **Sociologia do Negro Brasileiro.** São Paulo: Ática, 1988. 250p.

MUNANGA, Kabengele. **Negritude usos e sentidos.** São Paulo: Ática, 1988.

MUNANGA, Kabengele. **Rediscutindo a pardagem no Brasil.** Petrópolis: Vozes, 1999

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

RAMONET, Ignácio. **A tirania da comunicação**. Tradução de Lúcia Mathilde Endlich Orth. 3. ed. Petrópolis/RJ: Vozes, 1999.

ROVIDA, Mara Ferreira. **Fragmentação ou segmentação social?** Durkheim, Debord e o jornalismo segmentado. Araraquara: 2011. Disponível em: <<http://seer.fclar.unesp.br/estudos/article/view/3886>>. Acesso em: 12 de março de 2024

SANTOS, João Batista Nascimento dos (2004). **O negro representado na Revista Raça Brasil**. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/5669/000429421.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 9 jun. 2024.

SCHWARCZ, Lilia M. **Nem preto nem branco, muito pelo contrário: cor e raça na sociabilidade brasileira**. São Paulo: Claro Enigma, 2012.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. 4. ed. rev. e atual. - São Paulo: Editora Contexto, 2011. 112 p.

SILVA, José Carlos Gomes da. **Novas Identidades**. História Viva. Temas Brasileiros nº.3; Presença Negra. São Paulo: Duetto Editorial, 2006.

SODRE, Muniz. **Claros e escuros identidade povo e mídia no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1999.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. **O Jornalismo Especializado e a especialização periodística**. In.: Estudos em Comunicação – Universidade do Vale do Rio dos Sinos. nº 5, p. 115-133, 2009.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 4. ed. Traduzido por Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis: Vozes, 2002. Tradução de: The media and modernity.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. Rio de Janeiro: Rocco, 1992. 439 p.



## ANEXOS

## ANEXO 1. EDIÇÕES PUBLICADAS “REVISTA RAÇA 100”

EDIÇÕES	TÍTULOS	NÚMERO DA REVISTA
<u>Revista Raça Ed. 1 – Essa é pra mim</u>	Essa é pra mim	Ed. 1
<u>Revista Raça Ed. 2 – "Tenho orgulho de ser negra"</u>	"Tenho orgulho de ser negra"	Ed. 2
<u>Revista Raça Ed. 6 - A festa é nossa!</u>	A festa é nossa!	Ed. 6
<u>Revista Raça Ed. 9 - Beleza negra</u>	Beleza negra	Ed. 9
<u>Revista Raça Ed. 11 - "Minha música é minha essencia negra!"</u>	"Minha música é minha essencia negra!"	Ed. 11
<u>Revista Raça Ed. 14 - Ginga, Brasil</u>	Ginga, Brasil	Ed. 14
<u>Revista Raça Ed. 15 - Viva a integração</u>	Viva a integração	Ed. 15
<u>Revista Raça Ed. 16 - Festa Black</u>	Festa Black	Ed. 16
<u>Revista Raça Ed. 17 - Negros com atitude</u>	Negros com atitude	Ed. 17
<u>Revista Raça Ed. 19 - Totalmente afro</u>	Totalmente afro	Ed. 19
<u>Revista Raça Ed. 20 - Musas negras</u>	Musas negras	Ed. 20
<u>Revista Raça Ed. 21 - Estudar no exterior</u>	Estudar no exterior	Ed. 21
<u>Revista Raça Ed. 22 - Força, Brasil</u>	Força, Brasil	Ed. 22
<u>Revista Raça Ed. 23 - Pérolas Negras</u>	Pérolas Negras	Ed. 23
<u>Revista Raça Ed. 25 - Os tops blacks de 98</u>	Os tops blacks de 98	Ed. 25
<u>Revista Raça Ed. 26 - Por dentro do gueto</u>	Por dentro do gueto	Ed. 26
<u>Revista Raça Ed. 27 - Nossa cor é linda!</u>	Nossa cor é linda!	Ed. 27
<u>Revista Raça Ed. 28 - O futuro é nosso</u>	O futuro é nosso	Ed. 28
<u>Revista Raça Ed. 31 - Orfeu do carnaval</u>	Orfeu do carnaval	Ed. 31
<u>Revista Raça Ed. 32 - Você vai brilhar!</u>	Você vai brilhar!	Ed. 32
<u>Revista Raça Ed. 33 - Casamento Black</u>	Casamento Black	Ed. 33

<u>Revista Raça Ed. 34 - Negro, gay e vencedor</u>	Negro, gay e vencedor	Ed. 34
<u>Revista Raça Ed. 35 - Anemia falciforme: Um alerta à saúde pública</u>	Anemia falciforme: Um alerta à saúde pública	Ed. 35
<u>Revista Raça Ed. 37 - De cara nova! 3 anos de aniversário</u>	De cara nova! 3 anos de aniversário	Ed. 37
<u>Revista Raça Ed. 38 - Camila Pitanga</u>	Camila Pitanga	Ed. 38
<u>Revista Raça Ed. 40 - Mulheres negras em ascensão</u>	Mulheres negras em ascensão	Ed. 40
<u>Revista Raça Ed. 41 - Classe média consciente</u>	Classe média consciente	Ed. 41
<u>Revista Raça Ed. 44 - Profissionais do ar</u>	Profissionais do ar	Ed. 44
<u>Revista Raça Ed. 45 - A musa dos 500 anos</u>	A musa dos 500 anos	Ed. 45
<u>Revista Raça Ed. 47 - Taís Araújo, Linda, talentosa e revolucionária</u>	Taís Araújo, Linda, talentosa e revolucionária	Ed. 47
<u>Revista Raça Ed. 49 - "Ser negra me ajudou a vencer como atriz"</u>	"Ser negra me ajudou a vencer como atriz"	Ed. 49
<u>Revista Raça Ed. 51 - Festa é a nossa cara</u>	Festa é a nossa cara	Ed. 51
<u>Revista Raça Ed. 53 - Modelos que chegaram lá</u>	Modelos que chegaram lá	Ed. 53
<u>Revista Raça Ed. 59 - Super guia de beleza</u>	Super guia de beleza	Ed. 59
<u>Revista Raça Ed. 72 - Curta o máximo do verão</u>	Curta o máximo do verão	Ed. 72
<u>Revista Raça Ed. 80 - Consciência Negra</u>	Consciência Negra	Ed. 80
<u>Revista Raça Ed. 86 - Atitude é tudo!</u>	Atitude é tudo!	Ed. 86
<u>Revista Raça Ed. 87 - Autêntica sim!</u>	Autêntica sim!	Ed. 87
<u>Revista Raça Ed. 88 - Eu faço!</u>	Eu faço!	Ed. 88
<u>Revista Raça Ed. 90 - Vem comigo!</u>	Vem comigo!	Ed. 90
<u>Revista Raça Ed. 93 - Luz, câmera, coração</u>	Luz, câmera, coração	Ed. 93
<u>Revista Raça Ed. 96 - Mariah Carey: Volta por cima</u>	Mariah Carey: Volta por cima	Ed. 96

<u>Revista Raça Ed. 97 - Belíssima</u>	Belíssima	Ed. 97
<u>Revista Raça Ed. 104 - Acorde! Vire a mesa agora</u>	Acorde! Vire a mesa agora	Ed. 104
<u>Revista Raça Ed. 110 - De bem com a vida</u>	De bem com a vida	Ed. 110
<u>Revista Raça Ed. 113 - Carreira: 10 profissionais bem sucedidos</u>	Carreira: 10 profissionais bem sucedidos	Ed. 113
<u>Revista Raça Ed. 114 - Antônia, elas estão de volta</u>	Antônia, elas estão de volta	Ed. 114
<u>Revista Raça Ed. 115 - Política parlamento negro</u>	Política parlamento negro	Ed. 115
<u>Revista Raça Ed. 118 - Concurso beleza black</u>	Concurso beleza black	Ed. 118
<u>Revista Raça Ed. 123 - Eles vão longe</u>	Eles vão longe	Ed. 123
<u>Revista Raça Ed. 124 - Luciano Quirino: Atitude</u>	Luciano Quirino: Atitude	Ed. 124
<u>Revista Raça Ed. 127 - Nós podemos!</u>	Nós podemos!	Ed. 127
<u>Revista Raça Ed. 130 - TV Fama é um produto popular</u>	TV Fama é um produto popular	Ed. 130
<u>Revista Raça Ed. 131 - Em 2010 quero ser senador</u>	Em 2010 quero ser senador	Ed. 131
<u>Revista Raça Ed. 132 - A diva do swingue</u>	A diva do swingue	Ed. 132
<u>Revista Raça Ed. 146 - Exalta samba</u>	Exalta samba	Ed. 146
<u>Revista Raça Ed. 147 - A mídia é o futuro</u>	A mídia é o futuro	Ed. 147
<u>Revista Raça Ed. 152 - Palavra é poder</u>	Palavra é poder	Ed. 152
<u>Revista Raça Ed. 160 - Beleza e consciência</u>	Beleza e consciência	Ed. 160
<u>Revista Raça Ed. 168 - Quem disse que negro não vende?</u>	Quem disse que negro não vende?	Ed. 168
<u>Revista Raça Ed. 177 - Juventude negra</u>	Juventude negra	Ed. 177
<u>Revista Raça Ed. 179 - Fabrício Boliveira do subúrbia</u>	Fabrício Boliveira do subúrbia	Ed. 179

<u>Revista Raça Ed. 182 - O negro na educação</u>	O negro na educação	Ed. 182
<u>Revista Raça Ed. 184 - Cacau! Protásio</u>	Cacau! Protásio	Ed. 184
<u>Revista Raça Ed. 186 - Priscila Cidreira</u>	Priscila Cidreira	Ed. 186
<u>Revista Raça Ed. 187 - Preta Gil</u>	Preta Gil	Ed. 187
<u>Revista Raça Ed. 188 - Poderosa Marta</u>	Poderosa Marta	Ed. 188
<u>Revista Raça Ed. 189 - 50 anos</u>	50 anos	Ed. 189
<u>Revista Raça Ed. 190 - Dante</u>	Dante	Ed. 190
<u>Revista Raça Ed. 191 - Adriana Alves e Oliver</u>	Adriana Alves e Oliver	Ed. 191
<u>Revista Raça Ed. 192 - Lupita Nyong'O</u>	Lupita Nyong'O	Ed. 192
<u>Revista Raça Ed. 193 - Mariana Nunes</u>	Mariana Nunes	Ed. 193
<u>Revista Raça Ed. 194 - Arlindo Cruz: Esquenta na raça</u>	Arlindo Cruz: Esquenta na raça	Ed. 194
<u>Revista Raça Ed. 195 - Fashion Show</u>	Fashion Show	Ed. 195
<u>Revista Raça Ed. 196 - Ivi Pizzott</u>	Ivi Pizzott	Ed. 196
<u>Revista Raça Ed. 197 - Lázaro Ramos e Taís Araújo</u>	Lázaro Ramos e Taís Araújo	Ed. 197
<u>Revista Raça Ed. 198 - Renaldo</u>	Renaldo	Ed. 198

**ANEXO 2. EDIÇÕES PUBLICADAS “REVISTA RAÇA 200”**

<b>EDIÇÕES</b>	<b>TÍTULOS</b>	<b>NÚMERO DA REVISTA</b>
<u>Revista Raça Ed. 200 - 100% Lázaro Ramos</u>	100% Lázaro Ramos	Ed. 200
<u>Revista Raça Ed. 201 - A Glória de ser pai e mãe</u>	A Glória de ser pai e mãe	Ed. 201
<u>Revista Raça Ed. 204 - Ruth de Souza</u>	Ruth de Souza	Ed. 204
<u>Revista Raça Ed. 206 - Um ano sem Marielle</u>	Um ano sem Marielle	Ed. 206
<u>Revista Raça Ed. 207 - Simplesmente Iza</u>	Simplesmente Iza	Ed. 207
<u>Revista Raça Ed. 208 - Amor preto</u>	Amor preto	Ed. 208
<u>Revista Raça Ed. 209 - Eles explodiram nas redes sociais</u>	Eles explodiram nas redes sociais	Ed. 209
<u>Revista Raça Ed. 210 - Palco e plateia preta</u>	Palco e plateia preta	Ed. 210
<u>Revista Raça Ed. 211 - Globo inova em família negra protagoniza especial de natal</u>	Globo inova em família negra protagoniza especial de natal	Ed. 211
<u>Revista Raça - Ed. 213 - Chegando no topo</u>	Chegando no topo	Ed. 213
<u>Revista Raça Ed. 214 - Na linha de frente</u>	Na linha de frente	Ed. 214
<u>Revista Raça Ed. 215 - A voz negra nas periferias nas vênus platinada</u>	A voz negra nas periferias nas vênus platinada	Ed. 215
<u>Revista Raça Ed. 216 - Futebol e consciência</u>	Futebol e consciência	Ed. 216
<u>Revista Raça Ed. 217 - Maju Coutinho</u>	Maju Coutinho	Ed. 217
<u>Revista Raça Ed. 218 - Sim, nós podemos!</u>	Sim, nós podemos!	Ed. 218
<u>Revista Raça Ed. 219 - Taís Araújo</u>	Taís Araújo	Ed. 219
<u>Revista Raça Ed. 220 - Lewis Hamilton</u>	Lewis Hamilton	Ed. 220
<u>Revista Raça Ed. 223 - Juventude negra e sucesso</u>	Juventude negra e sucesso	Ed. 223
<u>Revista Raça Ed. 227 - Muito além de Kamala</u>	Muito além de Kamala	Ed. 227

<u>Revista Raça Ed. 228 - Raça 25 anos, tudo mudou</u>	Raça 25 anos, tudo mudou	Ed. 228
<u>Revista Raça Ed. 229 - Paula Lima</u>	Paula Lima	Ed. 229
<u>Revista Raça Ed. 232 Erika Hilton - Trans, negra e poderosa</u>	Trans, negra e poderosa	Ed. 232
<u>Revista Raça Ed. 233 – Gilson Rodrigues</u>	Rodrigues	Ed. 233
<u>Revista Raça Ed. 234 – Estilistas</u>	Estilistas	Ed. 234
<u>Revista Raça Ed. 235 - 35 de música, arte e muito axé</u>	35 de música, arte e muito axé	Ed. 235
<u>Revista Raça Ed. 236 – Mãe, Filha e Neta</u>	Neta	Ed. 236
<u>Revista Raça Ed. 237 - Nova era dos executivos negros</u>	Nova era dos executivos negros	Ed. 237
<u>Revista Raça Ed. 238 - Adriana</u>	Adriana	Ed. 238
<u>Revista Raça Ed. 239 – Amor e Talento</u>	Talento	Ed. 239
<u>Revista Raça Ed. 240 – 26 anos da Revista Raça – Maria Júlia Coutinho e Agostinho Moura</u>	Moura	Ed. 240
<u>Revista Raça Ed. 241 – Especial Viola Davis</u>	Davis	Ed. 241
<u>Revista Raça Ed. 243 - Yuri Marçal</u>	Yuri Marçal	Ed. 243
<u>Revista Raça Ed. 245 - Elas são o futuro</u>	Elas são o futuro	Ed. 245
<u>Revista Raça Ed. 247 - Gigante</u>	Gigante	Ed. 247
<u>Revista Raça Ed. 248 - Domitila Barros</u>	Domitila Barros	Ed. 248
<u>Revista Raça Ed. 249 - Paternidade</u>	Paternidade	Ed. 249