

A construção simbólica da mulher executiva nas capas da revista Forbes Brasil¹

Luara Fukumoto²

Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM SP

Resumo

Este artigo apresenta um recorte de pesquisa realizada para mestrado que investigou a representação midiática de executivas mais velhas em capas da revista Forbes Brasil. A partir da compreensão da hegemonia masculina em altos cargos, chegou-se ao problema de como são construídas, simbolicamente, as mulheres em mesma posição presentes nas capas da referida revista. Objetivando apresentar uma breve análise imagética de duas capas da revista Forbes Brasil por meio de análise crítica visual Gillian Rose (2023). As principais contribuições concentram-se nos dispositivos utilizados pela mídia para a construção simbólica da mulher executiva.

Palavra-chave: revista Forbes Brasil; construção simbólica; executivas; trabalho feminino; neoliberalismo.

INTRODUÇÃO

Este resumo apresenta um breve recorte de pesquisa realizada para obtenção de título de mestra que investigou a representação midiática de executivas mais velhas em capas da revista Forbes Brasil. Para a pesquisa de mestrado foram analisadas 122 capas de edições que perfizeram o período de agosto de 2012 a agosto de 2024. Para tal análise, as 122 capas foram analisadas, inicialmente, para identificar a diferença existente na presença de homens e na presença de mulheres. Uma segunda análise segmentou estes públicos por faixas etárias e, por fim, analisou-se a construção simbólica das executivas mais velhas nas capas da referida revista.

Pelo fato do objetivo de tal pesquisa ter sido analisar criticamente a representação midiática de mulheres mais velhas em altos cargos, a seleção da revista Forbes Brasil deu-se por seu destacado espaço na mídia de negócio no país. A revista Forbes foi fundada em 1917³ no Estados Unidos e, no momento da escrita desta, contava com 5,7 milhões de

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Trabalho, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda em Comunicação e Práticas de Consumo na Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM-SP. E-mail: fukumoto.luara@gmail.com.

³ Disponível em [Forbes Magazine Is Founded | EBSCO Research Starters](#)

leitores no mundo todo, uma audiência digital de 109,2 milhões de pessoas e 43 edições globais (Forbes, 2025).

A Forbes chegou ao Brasil em 2012 e tem hoje, como concorrentes, a revista Exame e Época Negócios. Contudo, somente a Forbes Brasil concentra suas capas como espaço de apresentação de executivos de alta gestão e também, concentra seu conteúdo em informações de negócios e do mercado financeiro com foco em finanças de alta renda. A análise das 122 capas para a pesquisa de mestrado embasou uma análise numérica das presenças masculina e feminina nas capas. Contudo, como não haveria espaço neste breve resumo, apresentamos a análise de somente duas capas.

ANÁLISE

As duas capas analisadas são referentes às edições 29 (março de 2015) e 75 (fevereiro/março de 2020), apresentando respectivamente, Luiza Helena Trajano (presidente do Conselho de Administração do Magazine Luiza, à esquerda na Imagem 1 e Cristina Junqueira (co-fundadora do Nubank, à direita na Imagem 1). Ambas são executivas em altos cargos, em faixas etárias diferentes e atuando em empresas de segmentos diferentes.

Imagem 1 – Luiza Trajano (à esquerda) e Cristina Junqueira (à direita)



Fonte: Revista Forbes Brasil

A metodologia crítica visual proposta por Gillian Rose em sua obra *Visual Methodologies* (2023, p.46) considera que os significados das imagens estão em quatro locais: 1. O local da produção da imagem; 2. O local da imagem em si; 3. O local de sua circulação; 4. O local em que a imagem é vista por diversas audiências e usuários. Considerando que a pesquisa realizada para o mestrado concentra-se na linha de Comunicação, Consumo e Lógicas de Produção, focalizaremos unicamente nos dois primeiros locais em que os significados das imagens são produzidos: a produção da imagem e a imagem em si mesma.

Em cada um destes locais de produção de significados de uma imagem, a autora ainda sugere que há aspectos diferentes aos quais denomina “modalidades” e aponta que há três para cada local de produção de sentido: tecnológico, de composição e social (Rose, 2023, p.47). As modalidades, sugere a autora, influenciam na produção e na interpretação das imagens, sejam elas fotográficas ou não.

Iniciaremos a análise pelo local da produção da imagem, sobre o qual aplicaremos as modalidades propostas pela autora, conforme resumido no Quadro 1 e explicado a seguir.

A modalidade tecnológica considera que a tecnologia utilizada para a produção da imagem determina fortemente sua forma. O tipo de câmera fotográfica utilizada, o tipo de filme, o método de revelação e o que tudo isto possibilitou tornar ou não visível. (*ibid*, p. 50). Contudo, considerando a tecnologia em que acreditamos que as fotos das capas foram feitas – câmeras digitais com processamento digital e manuseio para edição igualmente digital – há que se considerar para as capas selecionadas, as escolhas realizadas de editoração das imagens bem como a não-espontaneidade destas.

A modalidade de composição considera, grosso modo, como podem ser classificadas as fotografias por gêneros. Pode-se considerar, a título de explicação, o gênero de fotografia de arquitetura, de arte, de cotidiano, retratos, jornalístico, etc. Nestes dois casos, consideram-se as fotografias como sendo de retrato jornalístico. Ao considerar-se uma fotografia em uma dada categoria, ressalta-se a importância de lembrar que excluem-se várias outras, portanto, deixando de fora diversas características para assumirem-se algumas.

A modalidade social sugerida por Rose pode ser considerada uma das mais importantes, visto que considerada o contexto em que as fotografias foram produzidas. Há que se considerar o contexto econômico-social, em nosso momento atual, por tal motivo, a utilização do conceito de neoliberalismo para explicar uma das imagens. Como aponta a autora (*ibid*, p. 52), “Argumenta-se que as imagens visuais são formadas pelos processos econômicos em que a produção cultural está imbricada.” Assim sendo, acompanharemos este raciocínio para a análise apresentada no Quadro 1.

Quadro 1 – Produção da Imagem

	Características	Capa Luiza Trajano	Capa Cristina Junqueira
Modalidade Tecnológica	Câmera, processamento e edição digitais	Preto e Branco	Colorida, contudo, cores sóbrias e fechadas
Modalidade de Composição	Retrato jornalístico – foco na pessoa fotografada	Foco mais próximo, corpo levemente lateralizado, imagem de busto. Sentada ou	Foco mais distante, corpo levemente lateralizado, imagem até o quadril. Em pé,

		em pé? Com o braço esquerdo apoiado em algo.	com as mãos no quadril.
Modalidade Social	Característica neoliberal do capitalismo	Fundadora da empresa em que atua, mais de 60 anos, personalidade já amplamente conhecida do público da revista	Co-fundadora da empresa em que atua, mais de 40 anos, personalidade começando a ser conhecida do público da revista

Fonte: Elaborado pela autora.

O local de produção de significado da imagem em si é amplamente discutido principalmente em relação à modalidade tecnológica, ou seja, quando a produção da imagem é digital, ou seja, realizada não somente por meio de tecnologias exclusivas da câmera fotográfica mas também, das tecnologias embarcadas nas câmeras utilizadas, dos softwares que processam as imagens, dos modos de distribuição das imagens que podem alterar a qualidade destas, enfim... o questionamento principal que se levanta é “o software também pode ser considerado como parte do conteúdo da imagem?” (Rose, 2023, p. 56).

Em relação à modalidade de composição, é importante notar a organização espacial do olhar para a imagem. Esta organização do olhar já foi discutida por John Berger (1972, p.47) ao referir-se à “política sexual do olhar”. Em sua obra, Berger analisa pinturas e comenta que “É possível simplificar isso, dizendo: *homens agem e mulheres aparecem*”⁴, ao referir-se ao fato de que as mulheres eram retratadas em pinturas enquanto somente notabilizava-se homens como pintores.

PRINCIPAIS RESULTADOS

⁴ Original: “One might simplify this by saying: *men act and women appear.*”

Das 122 capas analisadas, somente 3 apresentaram fotografias em preto e branco, como é possível ver na Imagem 2. A edição 15 (novembro de 2013), a edição 29 (março 2015) e a edição 37 (novembro de 2015). Somente a edição 29 apresenta uma mulher, a Luiza Trajano, a edição 15 apresenta Amyr Klink (velejador brasileiro mundialmente conhecido, à esquerda na imagem e a edição 37 apresenta Jack Ma (fundador do Alibaba Group, um conglomerado chinês de tecnologia, à direita na imagem).

Imagem 2 – Capas com Fotografias em Preto e Branco



Fonte: Revista Forbes Brasil

As fotografias em preto e branco têm sido amplamente utilizadas nas redes sociais para retratar pessoas já falecidas, o que não é o caso de nenhuma das personalidades representadas nestas imagens. Ora, então, por que retratar somente estas personagens em preto e branco? Sugerimos que possa ser devido à relevância destas personalidades pois, além de comunicarem os papéis de destaque dos fotografados, a composição da fotografia também transmite emoções, sensações.

A opção por publicar estas imagens em preto e branco pode atribuir aos fotografados uma atemporalidade, transmitir um certo *status* e, ainda, como diria Vilém Flusser, as fotografias em preto e branco mostram “o verdadeiro significado dos símbolos fotográficos: o universo dos conceitos”, com isso, implicando que não há superficialidades e nem distrações em fotografias em preto e branco.’

Outro destaque ainda na análise das fotografias em preto e branco é a distância focal das personalidades fotografadas. Como apontado anteriormente na análise realizada

no local de produção da imagem, a distância entre os fotografados e a lente é diferente para os homens em relação à distância da capa em que figura Luiza Trajano. Seu posicionamento é mais distante da lente enquanto, dos homens, é mais próximo.

A opção ainda mais distante ao apresentar a fotografia de Cristina Junqueira, distante o suficiente para mostrar que a fotografada estava grávida no momento da fotografia, atribui a esta mulher, sugerimos, o ponto neoliberal a que olhamos aqui. Angela McRobbie em seu artigo *Notes on the perfect* (2015) destaca o que chama de “dispositivo da perfeita”, ao que explica que espera-se que “jovens mulheres ‘consertem’ as coisas por si mesmas por meio de um plano de vida constantemente monitorado”. O que conhecemos como “dar conta de tudo”, para as executivas, inclui a maternidade, diferentemente dos executivos, por isso a necessidade de que a barriga da gravidez aparecesse na capa.

CONCLUSÃO

As mãos no quadril da executiva mais jovem, sua barriga de gravidez, sua feição menos sorridente e as cores sóbrias de sua roupa compõem uma imagem simbólica da profissional capaz de co-fundar um banco, ser mãe e, as mãos no quadril não deixam dúvidas quanto à postura de super-herói: consegue dar conta de tudo. Com esta imagem, torna-se incontornável também considerar o papel da maternidade na vida social das mulheres e como este papel está sendo compreendido e considerado em suas vidas profissionais.

Já o sorriso amigável da executiva mais velha, sua fotografia em preto e branco que pode sim, denotar atemporalidade e maior status mas também, pode significar algo antigo, ultrapassado, um de seus braços apoiado para compor a imagem compõem uma imagem simbólica de profissional reconhecida, contudo, já não tão ativa (pelo preto e branco, pelo braço apoiado).

A reflexão crítica aqui apresentada de forma bastante resumida destaca a importância da discussão acerca de análises imagéticas relacionadas ao trabalho feminino, principalmente ao considerarmos a ininterrupta com que somos atravessados por imagens em nossas rotinas na atualidade. Os papéis sociais das mulheres precisam ser analisados criticamente e trazidos à discussão para que suas vidas profissionais possam conquistar melhoras e, uma das maneiras de realizarmos as análises críticas é por meio das imagens que estão sendo produzidas e distribuídas. É preciso, sempre e cada vez mais,

nos atentarmos ao que nos acostumamos a ver, a não ver e, primordialmente, a não questionar.

Referências

FLUSSER, Vilém. *Filosofia da caixa preta*. São Paulo: É Realizações, 2018.

FORBES (EUA). **Who We Are**. Disponível em: <https://www.forbes.com/connect/who-we-are/>. Acesso em: 20 jun. 2025

FORBES BRASIL. **Revista Digital**. Disponível em: <https://forbes.com.br/revista/>. Acesso em: 20 jun. 2025.

MCROBBIE, Angela. Notes on the Perfect. **Australian Feminist Studies**, [S.L.], v. 30, n. 83, p. 3-20, 2 jan. 2015. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/08164649.2015.1011485>.

AGAMBEN. G. **O que é o contemporâneo?** E outros ensaios. Chapecó: Argos, 2009.