

Representatividade negra e preconceito racial na mídia^{[1][2]}

Querido(a) professor(a), você já pensou como o racismo pode estar presente nos meios de comunicação? Sabia que a mídia contribui para a solidificação do ideal do embranquecimento no Brasil? Para trazermos essas questões, precisamos entender como as relações raciais estão consolidadas na nossa sociedade. Vamos nessa?

O Brasil é um país multirracial e de grande diversidade étnica, porém é perceptível que a mídia não visibiliza essa diversidade. De acordo com dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) 2019, 46,8% dos brasileiros se declararam como pardos e 9,4% como pretos, mas, apesar disso, esses grupos são percentualmente pouco retratados nos meios de comunicação.

Segundo Bernardino (2002, p. 256), no Brasil, as relações raciais foram estruturadas a partir de dois elementos: o mito da democracia racial e a ideologia do branqueamento. O mito da democracia racial se consolidou baseado na crença de que a sociedade vivia um processo de igualdade racial, dando origem a uma realidade, na qual as discussões sobre a situação da população negra sempre foram silenciadas ou, quando discutidas, eram tratadas a partir do olhar do branco. Arelado a isso, arquitetou-se no Brasil o processo de branqueamento da população, criando políticas para a “diluição” da raça negra através da imigração europeia. O ideal de branqueamento foi incorporado pela população e se concretizou através de uma desvalorização da estética negra e, em contrapartida, uma valorização da estética branca (Bernardino, 2002, p. 254). A desaprovação da própria aparência, a negação de sua ancestralidade e o forte sentimento de inferioridade são algumas das nocivas consequências da ideologia do branqueamento para o negro no Brasil, enquanto o branco se fez presente no imaginário social como o melhor representante da espécie humana. (DOMINGUES, 2002; SEYEFERTH, 1993 apud ACEVEDO; NOHARA; RAMUSKI, 2010)

A mídia tem um papel marcante na reprodução das relações raciais no Brasil. Os meios de comunicação social como cinema, televisão, internet, imprensa e propaganda são uma forte ferramenta na formação da opinião pública e têm papel determinante na organização social, podendo influenciar comportamentos culturais e de valores. (TOSCANI, 2000 apud CHAVES, 2008). As práticas segregadoras racistas realizadas nesses meios nem sempre são manifestadas pelo ódio explícito à diferença étnica. Essas

práticas são acionadas, muitas vezes, de modo automatizado, naturalizado, quase silencioso, dificultando o reconhecimento e o combate ao fenômeno (ANDI, 2012, p.7). Ao não dar visibilidade à verdadeira composição racial brasileira e reforçar estereótipos que limitam pessoas negras a um espectro de características negativas, a mídia acaba contribuindo para o aumento da invisibilidade dessa parcela da população.

Desde os primórdios da propaganda no Brasil, campanhas publicitárias sempre associaram pessoas brancas a um modelo ideal de estética e costumes, enquanto os negros apareciam apenas em funções subalternas, e nunca como usuários do produto. Nas propagandas dos séculos XIX e XX, eram comuns anúncios que reforçavam uma imagem do corpo negro como feio e precário, associando o cabelo crespo à esponja de aço ou demonstrando homens negros sendo limpos com alvejantes a fim de tornarem-se “negros brancos” (STROZEMBERG, 2004).

Anúncio - Krespinha (Esponja de Aço) - 1952



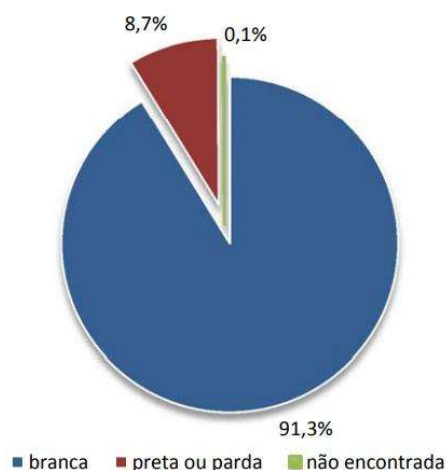
Anúncio - Krespinha (Esponja de Aço) - 1952

Fonte da imagem: <https://www.propagandashistoricas.com.br/2013/08/krespinha-esponja-de-aco-1952.html>. Acesso em: 21 out.2020

Segundo o estudo “TODXS – Uma análise de representatividade na publicidade brasileira”, feito pela agência publicitária Heads em parceria com a ONU Mulheres, a presença de pessoas negras aumentou em campanhas de publicidade no Brasil. O percentual, porém, ainda é pequeno comparado à participação deles na população. Em 2018, a agência monitorou 2.149 comerciais veiculados nos canais de televisão de maior audiência do país durante uma semana. O dado que melhor sinaliza uma evolução é o

número de protagonistas negras, que chegou a 25% de participação nas peças publicitárias, maior percentual visto pelo estudo até hoje. Em relação aos homens, apenas 13% dos homens negros atuavam como protagonistas nas propagandas. Apesar da crescente representatividade da população negra na publicidade brasileira em relação aos anos anteriores, o protagonismo continua majoritariamente branco e as propagandas continuam não representando a real diversidade da sociedade.

A telenovela, que é uma das principais formas de entretenimento da televisão brasileira, tornou-se, ao longo dos anos, um instrumento de difusão de uma compreensão de identidade nacional, tomando para si a tarefa de representar o Brasil de múltiplas maneiras. A pesquisa "Televisão em cores? Raça e sexo nas telenovelas 'globais' (1984-2014)", publicada pelo Grupo de Estudos Multidisciplinares da Ação Afirmativa (GEMAA), da Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ), apresenta os dados gerais de um levantamento que buscou medir a representação de atrizes e atores pretos ou pardos na teledramaturgia da emissora *Rede Globo de Televisão*. Os resultados da pesquisa mostram que, em média, nas 162 telenovelas brasileiras, que foram ao ar pela TV Globo entre 1984 e 2014, 91,3% dos seus personagens centrais foram representados por atores e atrizes brancos e brancas, enquanto os personagens pretos e pardos correspondem a apenas 8,7% dos atores e atrizes dos elencos.



Percentual médio de atores e atrizes em cada novela de acordo com sua cor (1984-2014).

Fonte da imagem: http://gema.iesp.uerj.br/wp-content/uploads/2015/12/images_publicacoes_TpD_TpD10_Gemaa.pdf. Acesso em: 14 out.2020

Mesmo nos casos em que pretos e pardos se fazem presentes nas novelas, eles normalmente ocupam papéis secundários e quase sempre são retratados em situações de inferioridade social, intelectual e cultural. Personagens negros são geralmente atrelados a cargos de serviços e subalternos, como escravos, empregadas domésticas e guardacostas, e possuem características estereotipadas, como a da mulher negra hipersexualizada, que é vista como um ser irresistível, que enlouquece todos os homens ao seu redor; ou do homem periférico e marginalizado, sempre relacionado à violência, revolta e criminalidade.



Fonte da imagem: <https://www.otempo.com.br/diversao/magazine/30-anos-de-arte-pela-igualdade-1.380976>. Acesso em: 22 out. 2020

Diversas expressões de racismo exercidas na televisão brasileira estão relacionadas à prática do *blackface*, que consiste na representação de negros feita por não-negros, caracterizando e reforçando estereótipos racistas. Essa prática é exercida há mais de dois séculos e teve início nos Estados Unidos, onde atores brancos usavam tinta para pintar os rostos de preto em espetáculos de humor e tinham comportamentos exagerados para ridicularizar a população negra em prol do entretenimento de pessoas brancas (NT, 2020). Muitos programas de humor brasileiro utilizaram desse artifício para ridicularizar o negro através de uma caricatura exagerada. Para Stephanie Ribeiro (2016), estes personagens costumam ter atributos negativos: o falar errado ou com palavras entendidas como "de

negros", os gestos, as roupas e até próteses de nariz são usadas. Características como preguiçosos, malandros, ignorantes, loucos, alcóolatrás, exagerados, agressivos, descontrolados, raivosos, pobres e fofoqueiros são comumente usados. Além de pseudo humor, a prática do *blackface* também foi bastante utilizada para não dar papéis de destaque a atores negros em filmes, novelas e programas de TV, utilizando pessoas brancas para interpretar personagens negros sem precisar visibilidade para alguém realmente negro.

Apesar crescente inserção de pessoas negras na mídia nos últimos anos, ação resultante das conquistas dos movimentos negros, que lutam pela valorização da identidade negra e inclusão de povos historicamente excluídos, este grupo social ainda é minoritário e pouco representativo nos meios de comunicação. A ausência de representatividade pode causar diversos problemas na formação de identidade do indivíduo pertencente ao grupo étnico/racial invisibilizado. Não se ver representado na televisão, nos livros, nas revistas e nos anúncios publicitários pode trazer à pessoa negra um pensamento de inferioridade, auto-rejeição e a construção de uma baixa autoestima. Desse modo, combater os estereótipos, as desigualdades e a falta de representatividade nos meios de comunicação é essencial para impedir que a ideologia do branqueamento continue a tomar conta da maior parte representativa da mídia brasileira.

Referências:

ACEVEDO , Claudia Rosa; NOHARA, Jouliana; RAMUSKI, Carmen Lídia. Relações Raciais na Mídia: um estudo no contexto brasileiro. Revista Psicologia Política, [s. l.], v. 10, ed. 19, p. 57-73, 2010. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rpp/v10n19/v10n19a06.pdf>. Acesso em: 02 out. 2020.

Alves, Soraia. Pesquisa sobre diversidade na publicidade mostra que Brasil ainda precisa quebrar estereótipos. Disponível em: <https://www.b9.com.br/101008/pesquisa-sobre-diversidade-na-publicidade-mostra-que-mercado-brasileiro-ainda-precisa-quebrar-estereotipos/>. Acesso em: 14 out. 2020.

ANDI – COMUNICAÇÃO E DIREITOS. Imprensa e racismo: uma análise das tendências da cobertura jornalística. 2012. Disponível em: http://www.andi.org.br/sites/default/files/Imprensa-e-Racismo_FINAL_14dez-2012.pdf. Acesso em: 14 out. 2020.

BERNARDINO, Joaze. Ação Afirmativa e a Rediscussão do Mito da Democracia Racial no Brasil. Revista Estudos Afro-Asiáticos, [s. l.], v. 24, p. 247-273, 2002. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/ea/v24n2/a02v24n2.pdf>. Acesso em: 05 out. 2020.

CAMPOS, Luiz Augusto; FERES JUNIOR, João. Televisão em cores? Raça e sexo nas telenovelas “Globais” dos últimos 30 anos. Textos para discussão GEMAA, n. 10, 2015, p. 1-23. Disponível em: http://gemaa.iesp.uerj.br/wp-content/uploads/2015/12/images_publicacoes_TpD_TpD10_Gemaa.pdf. Acesso em: 14 out. 2020.

CHAVES, Maria Laura Barbosa. O negro na mídia brasileira. 2008. 39 p. Trabalho de conclusão (Bacharelado em Comunicação Social) - Centro Universitário De Brasília, Brasília, 2008. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/123456789/1951/2/20427316.pdf>. Acesso em: 02 out. 2020.

DA SILVA, Natasha Ísis Rodrigues. Racismo na mídia e a representatividade (ou não) de mv bill. 2013. 53 p. Trabalho de conclusão (Bacharelado em comunicação social) - Escola de comunicação, Universidade Federal Do Rio De Janeiro, Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/4083/1/NSilva.pdf>. Acesso em: 02 out. 2020.

IBGE Educa Jovens. Conheça o Brasil – População. Cor ou raça. s/d. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18319-cor-ou-raca.html>. Acesso em: 01 out. 2020.

Ribeiro, Stephanie. De Blackface a Whitewashing: As representações racistas na televisão. Disponível em: https://www.huffpostbrasil.com/stephanie-ribeiro/de-blackface-a-whitewashing-as-representacoes-racistas-na-telev_b_12093814.html. Acesso em: 20 out. 2020.

Redação NT. Xuxa, Paulo Gustavo e Tom Cavalcante: O blackface da TV brasileira. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/televisao/2020/06/24/xuxa-paulo-gustavo-e-tom-cavalcante-o-blackface-da-tv-brasileira-146867.php>. Acesso em: 20 out. 2020.

Colocando em prática:

1. Qual o objetivo da discussão sobre Representatividade negra e preconceito racial na mídia com os/as estudantes?

O objetivo de discutir sobre representatividade e racismo na mídia é analisar a forma pela qual o negro tem sido representado pelos meios de comunicação no Brasil e problematizar como essa representação promove o apagamento e silenciamento dos indivíduos não-brancos, contribuindo para a manutenção do preconceito racial na sociedade.

2. Ao trazer essa discussão para sala de aula, o que se espera para os/as estudantes?

Ao abordarmos a representatividade negra e o racismo na mídia, é importante explorar como a mídia brasileira reforça políticas históricas de branqueamento no Brasil, colaborando para a manutenção das relações raciais na nossa sociedade. Espera-se que o/a estudante negro/a reflita se ele/a se sente representado/a nos meios de comunicação e nos espaços em que está inserido/a, e como ele/a pode contribuir para a reversão do quadro de desigualdade racial nesses meios.

3. Como trabalhar esse tema com os/as estudantes?

- Professor, é interessante selecionar telenovelas, com temáticas contemporâneas, que ainda colocam o negro em papéis subalternos, a fim de propor uma reflexão sobre o racismo no Brasil;
- Reflita com as/os estudantes sobre a personagem Foguinho, um dos principais, interpretado por Lázaro Ramos, na novela Cobras e Lagartos, cujo papel é repleto de estereótipos, pois se trata de um homem negro, que enriquece ilicitamente, pinta o cabelo de loiro, tem trejeitos exagerados...
- Professor, faça uma coletânea de comerciais expostos em jornais e revistas, buscando capturar o local do negro(a) nesse espaço durante as décadas.

4. Pensando vocábulos:

Professor(a), pesquisadoras sobre estudos de raça e etnicidade afirmam que a representação distorcida que a sociedade faz do indivíduo e de seus aspectos físicos, históricos e culturais, podem ter forte impacto na sua auto-aceitação e na forma como esse trata seus semelhantes por haver uma ruptura na sua relação com a própria identidade étnico-racial. No entanto, a representatividade surge como possibilidade de reversão de concepções e conceitos racistas, por ser a representação positiva da cultura africana e afrodescendente, de forma que o indivíduo e seus semelhantes possam se espelhar e ter referências positivas para a construção da sua identidade pessoal (HEMERLY, 2018).

Fonte: Representação social e representatividade. Disponível em: <http://www.cienciaecultura.ufba.br/agenciadenoticias/noticias/entre-a-representacao-social-e-a-representatividade/>. Acesso em: 03 de novembro de 2020).

Reflita com seus/suas estudantes o uso dos vocábulos/expressões: *Representação social* e *representatividade*

5. Você sabia?

Em junho de 2020, a fabricante de produtos de limpeza *Bombril* relançou a esponja com nome 'Krespinha' e foi acusada de racismo nas redes sociais. Os internautas criticaram a conotação racista do produto ao associar o cabelo crespo a trabalhos domésticos, de “limpeza pesada”. O produto original, que foi lançado na década de 1950, tinha como propaganda a imagem de uma criança negra e fazia alusão a seu cabelo.

Após a repercussão negativa do relançamento, *Bombril* cedeu à pressão das redes sociais e anunciou a retirada da marca 'Krespinha' do mercado.

Imagem 4 – Anúncio - Krespinha (Esponja de Aço bombril) - 2020



Fonte da imagem e reportagem: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-53081428>. Acesso em: 02 nov.2020

6. Sugestões de leituras:

GUIMARÃES, Laura. *Vozes Negras em Comunicação: Mídia, racismos, resistências*. Autêntica Editora, 2019. 244 p.

CAMPOS, Luiz Augusto; FERES JUNIOR, João. Televisão em cores? Raça e sexo nas telenovelas “Globais” dos últimos 30 anos. Textos para discussão GEMAA, n. 10, 2015, p. 1-23. Disponível em: http://gema.iesp.uerj.br/wp-content/uploads/2015/12/images_publicacoes_TpD_TpD10_Gemaa.pdf. Acesso em: 14 out. 2020.

7. Sugestões de vídeos:

A NEGAÇÃO DO BRASIL (DOCUMENTÁRIO)

O Documentário, que foi dirigido por Joel Zito Araújo em 2000, faz uma retrospectiva das telenovelas no Brasil, analisando os papéis destinados aos atores negros, concluindo que estes sempre representavam papéis coadjuvantes, estereotipados e submissos.

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=S5bgipo2Dic>

8. Tá na rede

LISTA PRETA (PODCAST)

O Podcast aborda temas relacionados à cultura e identidade negra dentro e fora dos espaços midiáticos, promovendo debates e reflexões. Os episódios abrangem desde indicações e reviews de filmes e séries a questões sociais importantes, política, relacionamentos, sexualidade e cotidiano.

Link:

<https://open.spotify.com/show/2UIOEaebgupdKD0URtlTua?si=e51JTxEeTFi76UZADZqNYg>