

Mídia, representação e raça: o negro na telenovela *Avenida Brasil*

Thais Helen do Nascimento Santos*

Resumo

A televisão tem se destacado como a mídia massiva brasileira predominante, a qual, por sua vez, tem a telenovela como principal produto. No prisma da mediação informacional, a mensagem reproduzida pela telenovela é capaz de incitar a reflexão da audiência acerca de problemáticas das identidades culturais de gênero, raça, faixa etária, classe social, dentre outras. O objetivo com este estudo foi analisar a representação do negro na telenovela Avenida Brasil. Para tanto, a priori, remete-se à revisão de literatura nas áreas de Comunicação, Estudos Culturais e Sociologia; a posteriori, são analisados os dados com base em três abordagens de representação: numérica, papel/função social e interação entre os personagens (negros e brancos). Os resultados da pesquisa desvelam a invisibilidade numérica dos negros e a estigmatização desses personagens por funções e comportamentos socialmente discriminados.

Palavras-chave: *Mídia. Estudos Culturais. Telenovela. Representação do negro. Avenida Brasil.*

* Doutoranda em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais pela Universidade do Porto (UP). Bolsista de doutorado da Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT). Mestre em Ciência da Informação pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Graduada em Arquivologia pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB).

Introdução

A comunicação humana ocorre, essencialmente, por intermédio das mídias. Como suportes de informação e comunicação (LÉVY, 2000), as mídias assumem a função de mediação infocomunicacional entre os produtores e receptores/audiência. Assim, Santaella (2003) advoga que a mídia é um elemento simbólico e cultural.

Nessa perspectiva, os Estudos Culturais integram as investigações científicas no campo da Comunicação. A ênfase desse diálogo interdisciplinar está na mídia e na representação das identidades culturais. O pioneiro nesses estudos foi Stuart Hall que trabalhou em busca da compreensão da recepção da mídia, principalmente da televisão, por diferenciados grupos sociais. (MATTELART; NEVEU, 2004)

Quanto à televisão (TV), esta continua como o principal canal social de comunicação massiva. De ordem material, a televisão se apresenta como item *sine qua non* ao ambiente familiar, ocupando não apenas o espaço tradicional da sala de estar, mas alcançando quase todos os cômodos da casa. Além disso, no cenário da cultura de convergência (JENKINS, 2009), a programação da TV para além da caixa-preta está acessível nos computadores pessoais, *iPads*, *tablets* e *smartphones*. Do ponto de vista simbólico, a televisão se consolida como formadora e difusora de padrões sociais e como um “[...] espaço de legitimação e validação identitária”. (GUIMARÃES; PINTO, 2006, p. 5)

A telenovela, por sua vez, é um dos principais produtos televisivos. No seio dos processos culturais, Borelli (2001, p. 30) assevera:

A televisão e a telenovela, fundamentos de uma nova ordem, aparecem como elementos capazes de ocasionar desordens até então inconcebíveis: invadem lares; alteram cotidianos; desenham novas imagens [...]; propõem comportamentos e consolidam um padrão de narrativa considerado dissonante, tanto para os modelos clássicos e cultos quanto para as tradições populares.

Assim, o conteúdo televisivo se destaca como um instrumento de reprodução ideológica, passível de acentuar as discrepâncias sociais de gênero, raça, classe social, opção sexual, dentre outros.

No contexto racial, o objetivo com este estudo foi analisar a representação do negro na telenovela *Avenida Brasil*, exibida no Brasil pela Rede Globo de Televisão entre os meses de março e outubro de 2012. A opção por esse *corpus* de análise se justifica pelos altos índices de

audiência (em comparação com as novelas anteriores no mesmo horário) e repercussão social (inclusive em outras mídias massivas e pós-massivas).

A metodologia empregada parte de dois momentos: 1) revisão de literatura nas áreas de Ciência da Comunicação, Estudos Culturais e Sociologia; 2) análise dos dados com base em abordagens representativas. Em virtude das limitações teóricas, reflexivas e quantitativas de um artigo científico, reportamo-nos a três tipos de representação: a representação numérica, a do papel social ocupado pelos personagens negros e a interação entre os personagens (brancos e negros).

O artigo está estruturado em duas seções teóricas que abordam os Estudos Culturais na comunicação midiática e a representação social do negro na mídia. Posteriormente, remetemo-nos a uma análise concisa da representação do negro na telenovela *Avenida Brasil*. Por fim, é apresentada a conclusão e apontados outros caminhos investigativos com base nessa temática.

Estudos Culturais na comunicação midiática

Historicamente, Escosteguy (2010) afirma que os Estudos Culturais surgiram no final da década de 1950, com as reflexões dos seus pais fundadores: Richard Hoggart, Raymond Williams e Edward Thompson. Mattelart e Neveu (2004), porém, assinalam que alguns outros pesquisadores ainda acrescentam o nome de Stuart Hall aos pais fundadores dos Estudos Culturais.

A consolidação e o avanço dos Estudos Culturais ocorrem com o Centre of Contemporary Cultural Studies (CCCS) da Universidade de Birmingham. Os primeiros estudos nessa linha são da autoria de Hoggart, que criticou os métodos e instrumento da literatura para estudo da cultura, transferindo sua aplicação das obras clássicas aos produtos da cultura de massa para o universo das práticas culturais populares. A decolagem científica do Centro ocorre com a circulação dos *working papers* (artigos mimeografados, que formavam uma revista artesanal), em 1972. Nesse mesmo período, eclodiu a segunda geração de pesquisadores culturais, quando apareceram os nomes de Charlotte Brunsdon, Phil Cohen, Paul Gilroy, Paul Willis e outros. Essa nova geração, inspirada nos pensamentos de Hoggart, direcionaram o olhar sobre as formas de sociabilidade operária e fecundaram discussões em torno das relações de gerações, das formas de identidade e de subcultura específica.

Na expansão das problemáticas de investigação, ocorre a denominada “mancha de óleo do cultural”, cujo cerne é a cultura do cotidiano.

Os temas de pesquisa que se destacam são: a relação dos jovens dos meios populares com a instituição escolar, a diversidade de produtos culturais consumidos pelas classes populares, as questões de gênero, as comunidades imigrantes e o racismo. Paralelamente, os Estudos Culturais se consolidam no plano teórico, no escopo dos conceitos de ideologia, na hegemonia, na resistência e nas identidades. Nesse ínterim, críticas são apontadas em relação às origens dos teóricos da área, muitos dos quais são advindos da França, Itália e Alemanha, sendo notória a ausência de britânicos no CCCS de Birmingham. (HALL, 2009; MATTELART; NEVEU, 2004)

No que diz respeito às Ciências da Comunicação, os Estudos Culturais apontam novas teorias e métodos de apreciação da mídia no contexto social, tais como: a relação da mídia e do conteúdo midiático com o público/audiência, a interação e socialização nas mídias tradicionais e nas novas mídias, *Media Literacy*, dentre outros. Não obstante isso, a mídia se consolidou como ícone semiótico de mediação política, econômica, educacional e de lazer, sendo indissociável a sua análise e compreensão por meio dos Estudos Culturais.

Baseando-se nas abordagens analíticas dos estudos de mídia, no item seguinte trata-se da percepção das formas de representação social da população negra nas mídias massivas.

Representação social do negro na mídia

Nosso ponto de partida para se compreender a mídia como elemento de representação simbólica e social está na concepção de Santaella (2003, p. 53), quando afirma que as mídias estão esvaziadas de sentido: “[...] mídias são meios, e meios, como o próprio nome diz, são simplesmente meios, isto é, suportes materiais, canais físicos nos quais as linguagens se corporificam e através dos quais transitam”. Assim, a intencionalidade persuasiva da mídia é atribuída pela mediação infocomunicacional entre os produtores e o público/audiência, por meio da linguagem/mensagem e não da mídia (objeto) em si.

Do mesmo modo, Miller e Philo (2001, p. 1) versam que a “[...] linguagem é adaptada e desenvolvida no fluxo incessante da atividade humana” (tradução nossa). Nesse pensamento, a linguagem é o efeito da atividade humana partindo das suas relações, em face dos enunciados simbólicos que circundam o grupo social, isto é, a linguagem é um meio de fazer e dar sentido ao mundo. Destarte, a mídia – canal de mediação infocomunicacional por meio da linguagem verbal e visual – se operacionaliza como um instrumento simbólico cultural. Assim, concebe-se a mídia como um instrumento de representação social.

No caso brasileiro, a telenovela se destaca como um dos principais produtos de mídia massiva na reprodução e construção de ideologias e de identidade nacional. Mesmo com sua inclinação persuasiva, Lima (2001, p. 90) acredita que a mensagem transmitida pela teledramaturgia não é capaz de alterar comportamentos sociais, contudo, “[...] propõe mudanças e situações para a sociedade refletir e discutir.”

Na crítica sociológica da comunicação persuasiva inerente aos conteúdos televisivos, Bourdieu (1997, p. 28) escreve:

Os perigos inerentes ao uso ordinário da televisão devem-se ao fato de que a imagem tem a particularidade de poder produzir o que os críticos literários chamam o efeito real; ela pode fazer ver e fazer crer no que faz ver. Esse poder de evocação tem efeitos de mobilização. Ela pode fazer existir idéias ou representações, mas também grupos. As variedades, os incidentes ou os acidentes cotidianos podem estar carregados de implicações políticas, éticas, etc. capazes de desencadear sentimentos fortes, freqüentemente negativos, como o racismo, a xenofobia, o medo-ódio do estrangeiro, e a simples narração [...].

No limiar ideológico e identitário da mídia, foram (re)visitadas algumas das investigações que delinearão o objetivo de caracterizar os retratos sociais do negro na mídia massiva brasileira. Por diferenciados métodos de abordagem teórica e analítica, os resultados apontados nas pesquisas convergem em dois aspectos: 1) a existência do personagem negro, sua função na trama está estereotipada; 2) indicam a invisibilidade na representação do negro. (ARAÚJO, 2008; ACEVEDO; NOHARA, 2008; ROSO *et al.*, 2002; BARBOSA, 2006; GUIMARÃES; PINTO, 2006; LIMA, 2001; GOMES, 2008; PACHECO, 2001)

Pacheco (2001), outrossim, vai além da televisão para analisar as conotações simbólicas que inferiorizam e discriminam o negro. Mediante uma digressão histórica, a autora apreende os papéis sociais ocupados pelos negros na literatura, no teatro, na imprensa, destacando o rádio e a televisão. O rádio, por um lado, apresentou-se como um espaço isento de segregação racial, uma vez que brancos e negros ocupavam funções de trabalho homogêneo. Por outro lado, os preconceitos se desvelavam nas radionovelas compostas, essencialmente, por personagens brancos, representados na dublagem por negros. No que tange à televisão, foi condicionada a expectativa de maior incidência de negros nas telenovelas, programas jornalísticos, de auditório, etc., em virtude do Projeto de Lei n. 4.370/98 (BRASIL, 1998), que institui cotas raciais e étnicas

representativas à população negra brasileira na televisão. Algumas iniciativas foram e são perceptíveis, mas ainda estão à mercê de representar a identidade negra.

Diante desse cabedal teórico, no item seguinte são analisadas as representações sociais do negro na telenovela *Avenida Brasil*. Fenômeno da teledramaturgia brasileira, essa novela é destaque da crítica por conquistar a audiência em sua capacidade de reprodução da identidade cultural brasileira em diversos contextos do cotidiano.

***Avenida Brasil*: análise da representação social dos personagens negros**

A telenovela *Avenida Brasil* foi exibida pela Rede Globo de televisão entre 26 de março e 19 de outubro de 2012, totalizando 179 episódios. O autor que deu vida à trama foi João Emanuel Carneiro, que também desempenhou as funções de diretor e roteirista. Sinteticamente, a trama da novela perpassa um plano de vingança de uma jovem contra sua ex-madrasta. Entre encontros e desencontros familiares, a ex-madrasta, interessada sempre em obter lucros com seus relacionamentos, redime-se das suas ambições e volta a morar no lixão, ponto de partida da estória. A jovem vingativa se casou com o filho da sua ex-madrasta (resultado de um longo caso amoroso), que foram amigos de infância e, afinal, tem com ele um filho. O coroamento da trama está no reencontro familiar entre a jovem (não mais vingativa) e o marido, quando vão apresentar à ex-madrasta e à mãe, respectivamente, o neto dela.

Os principais cenários da trama são o lixão, a mansão e a comunidade de baixa renda do Rio de Janeiro, três ambientes que demarcam os contextos sociais de um país ainda em desenvolvimento. Entre a extrema pobreza, a classe alta e a classe baixa e a média, os personagens enredam momentos de alegria e tristeza, conflito e reconciliação, brigas e romances, suspenses e revelações do cotidiano da população brasileira na família, no trabalho, na reunião de amigos, dentre outros. Nesse contexto, o público brasileiro identificou sua realidade social, fazendo com que a telenovela batesse recordes de audiência em relação a todos os produtos televisivos apresentados em 2012. Além disso, no decorrer dos seus 179 capítulos, a trama ultrapassou os próprios recordes. De acordo com a *Folha de S. Paulo* (ÚLTIMO..., 2012), um dos principais meios de comunicação jornalísticos brasileiros, o capítulo final marcou 51 pontos de média na audiência, alcançando 75% de *share*, ou seja, avassalou quase toda a população brasileira para assistir ao encerramento da telenovela.

A teledramaturgia brasileira, considerada uma das melhores do mundo, comercializa seus produtos para diversos países. No caso de *Avenida Brasil*, não foi diferente. O plano de vingança da jovem contra sua ex-madrasta já foi e/ou está sendo visto em 40 países (AVENIDA..., 2014). A telenovela já foi licenciada por mais de cento e vinte e cinco países entre América Latina, Europa, África, Oriente Médio e Ásia.

O sucesso de João Emanuel Carneiro recebeu mais de 118 indicações a prêmios nacionais e internacionais, conquistando 41 deles (AVENIDA..., 2014). Uma das principais indicações foi a da Academia Internacional das Artes & Ciências Televisivas do Prêmio Emmy Internacional de 2013 para melhor telenovela, o qual não ficou com *Avenida Brasil*. Todavia, a premiação foi atribuída a *Lado a lado*, que também é de origem brasileira.

Ante essa descrição geral da telenovela, sobre fatores que nos motivaram selecioná-la neste estudo, voltamo-nos à análise da representação do negro na trama de João Emanuel Carneiro. Metodologicamente, esta reflexão foi recortada para três tipos de representação: a representação numérica, o papel social ocupado pelos personagens negros e a interação entre os personagens (brancos e negros). Para tanto, no primeiro momento voltou-se para a identificação dos atores negros elencados para representarem os personagens de *Avenida Brasil*. Sobre isso, sabe-se que a formação da sociedade brasileira ocorreu pela mestiçagem (SCHWARCZ, 1993). Longe de esgotar as diversas implicações da mestiçagem, direcionamo-nos à identificação de dois principais fenótipos do povo negro: a cor da pele e a autodeclaração da identidade racial negra (OLIVEIRA, 2004). Ante o exposto, recorreu-se às listagens dos personagens de *Avenida Brasil*. O site oficial da Rede Globo (GSHOW, 2014) elenca o total de 47 personagens. Em contrapartida, a Wikipédia (AVENIDA..., 2014) apresenta uma listagem mais detalhada, contemplando outros cinco personagens, ou seja, enumera 52 nomes.

Na listagem apresentada pela Gshow (2014), é possível identificar quatro atores negros com os respectivos nomes dos seus personagens: Ailton Graça (Paulo Silas), Cacau Protásio (Zezé), Débora Nascimento (Tessália) e André Luiz Miranda (Valentim). Doutra parte, no rol de atores da Wikipédia (AVENIDA..., 2014) constam, ainda, os seguintes nomes: Patrícia de Dejesus (Jéssica) e Vilma Melo (Conceição), totalizando seis atores negros. Entre esses atores, cinco são identificados pela cor da pele negra: Ailton Graça, Cacau Protásio, André Luiz Miranda, Patrícia Dejesus e Vilma Melo. No que diz respeito à atriz Débora Nascimento, ela exhibe em seus fenótipos a cor da pele branqueada e cabelos

crespos. Filha de um homem negro, Débora Nascimento declara sua descendência africana de olhos claros, nariz e lábios finos.

Com duas combinações numéricas identificadas, foram contabilizadas duas percentagens para o primeiro aspecto representacional. Por um lado, dos 47 personagens elencados pela Gshow (2014), apenas 4 são identificados como negros, correspondendo a 8,5% dos personagens. Por outro lado, os 6 personagens negros do total geral de 52 mostrados na página da novela, na Wikipédia (AVENIDA..., 2014), revelam que os negros são 11%. Assim, identifica-se uma discrepância numérica entre os personagens negros e os personagens brancos.

A média de 9,7% de personagens negros na telenovela *Avenida Brasil* acentua a negligência em representar o negro nos conteúdos televisivos. Comparando-se tal fato aos índices recomendados no Projeto de Lei n. 4.370/98 (BRASIL, 1998) de representação de 25% de negros em programas de televisão, há uma lacuna de mais de 15%. Destarte, ressalte-se que a proposta do projeto de lei citado corresponde à porcentagem apresentada pelo censo geográfico do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), na década de 1990. Não obstante isso, o último censo constata que mais da metade da população brasileira se declara não branca (IBGE, 2010). Dessa forma, o negro é numericamente invisível na trama de João Emanuel Carneiro, que, segundo comentários da crítica e da audiência, traduz a “realidade” sociocultural da população brasileira.

No tocante ao papel social ou à função (cargo) ocupada pelos personagens negros, foram identificadas as seguintes representações: um dono de boteco (Paulo Silas), duas empregadas domésticas (Zezé e Conceição), uma cabeleireira (Tessália), um garçom (Valentim) e uma catadora de lixo (Jéssica). Sobre isso, Acevedo e Nohara (2008, p. 133) descrevem que os negros “[...] são constantemente associados nos meios de comunicação a imagens negativas, como pobreza, violência, criminalidade, favela, sujeira, ignorância, analfabetismo, feiura e infelicidade.” Esta afirmativa enaltece a incidência da representatividade social do negro no escopo das dificuldades sociais de educação e baixa renda, que acarretam a moradia em comunidades carentes e a ocupação de funções de trabalho socialmente desvalorizadas. Nesse aspecto, a imagem estereotipada foge à regra e, até certo ponto, ao personagem Paulo Silas, que possui seu próprio negócio. Todavia, ao personagem é também atribuído o gosto pelo samba e carnaval de periferia, que denotam subalternidade cultural (ACEVEDO; NOHARA, 2008) estigmatizada pela discriminação dos artefatos simbólicos da cultura africana.

Lima (2001, p. 92) ainda observa que a mulher negra, frequentemente, é associada à empregada doméstica: “Sempre presentes nas telenovelas, apresentam variações: herdeiras das mucamas, das amas-de-leite, bisbilhoteiras, irreverentes sem ‘saber o seu lugar’, submissas, objeto do desejo dos patrões”. No caso em análise, essa evidência é recorrente nas duas personagens negras que desempenham o papel de empregadas domésticas. Entretanto, Zezé, a empregada doméstica da mansão em que residem os personagens principais de *Avenida Brasil*, distingue-se pelo viés cômico, falante e participante do seu personagem. Esses elementos, *a priori*, atentaram para uma possível mudança da empregada doméstica negra subalterna. *A posteriori*, constatou-se que a comicidade do seu personagem está associada a fofocas e inveja, reproduzindo características padronizadas por esses personagens. Dessa forma, o retrato exposto por Lima (2001), em análise de telenovelas entre a década de 1970 e a de 1990, está imutável em analogia com as telenovelas atuais.

Ainda foram apreciados os aspectos inerentes à negra catadora de lixo e à cabeleireira. Sendo o lixão um cenário em que é assídua a atuação de figurantes de cor de pele negra, a catadora de lixo é enfatizada em condições sub-humanas, aparecendo, em uma das cenas, estendida no chão, fraca por ter sede e fome. Outrossim, o papel da cabeleireira reafirma a estigmatização de outro aspecto: a sensualidade da mulher negra. Nesse ponto, Lima (2001, p. 92) escreve: “[...] um dos estereótipos mais conhecidos, explorados, decantados em prosa e verso, é o da mulher negra sensual, a mulata, termo que se tornou um signo para invocar sensualidade e outros atributos a ela ligados”. Representada pela atriz Débora Nascimento, a cabeleireira simpática, magra, de estatura mediana, olhos claros, cabelos cacheados e longos atrai a atenção de vários homens, acentuando-se a ideologia da sensualidade e do vigor sexual da mulher negra. (SANT’ANNA, 1985)

De acordo com as funções de trabalho ocupadas pelos personagens negros, em todos os casos há a sua interação com os personagens brancos a partir da condição de empregado, inclusive ao papel representado por Silas (dono de boteco), que oferece melhores condições de tratamento aos intérpretes de classe social superior e brancos. Doravante, a personagem Tessália, tem um relacionamento com o pai do protagonista da telenovela. Este pertence a uma família de classe alta e de pele branca. Apesar disso, sua interação com os personagens negros é restrita.

Entre os personagens negros, identificou-se que todos eles interagem no cenário da comunidade de baixa renda. Entretanto, não foram encontrados indícios dos personagens Jéssica e Conceição na interação

entre os demais personagens negros. Uma das hipóteses para essa constatação seria a reduzida participação dos personagens em toda a trama, fazendo com que os nomes deles não estejam listados na referência dos atores da telenovela *Avenida Brasil* na página oficial da emissora de televisão. (GSHOW, 2014)

Outro fato que merece ser assinalado é o ambiente de interação dos personagens negros. Dos três cenários principais que compõem a telenovela – a mansão, a comunidade carente e o lixão –, são os dois últimos que os negros têm como espaço de atuação; salvo o caso da empregada doméstica *Zezé*, que tem a mansão como local de trabalho, mas com maior participação no entorno da cozinha, ou seja, dissimulando sua presença nos ambientes principais da mansão, como é o caso da sala de estar.

Em síntese, assinalam-se como principais aspectos representacionais dos personagens negros na telenovela *Avenida Brasil*: 1) a invisibilidade numérica dos personagens negros em relação aos brancos; 2) a imagem do negro ainda está estereotipada por funções socialmente desvalorizadas, tais como empregada doméstica e catadora de lixo; 3) quando há alguma forma de proeminência no negro, são atribuídas características de subalternidade cultural dado a gosto pelo samba, pelo *funk*, por exemplo; formas de manifestações musicais consideradas de baixa cultura; 4) em alguns casos, a imagem da mulher negra está vinculada à sexualidade do seu corpo; 5) os personagens negros estão soltos, isto é, não apresentam ligações familiares; 6) há maior interação entre os próprios personagens negros, uma vez que os principais espaços de atuação estão relacionados com comunidades de baixa renda.

Conclusão

Neste estudo, procedeu-se à abordagem dos Estudos Culturais para compreender a mídia como um elemento cultural de representação social. Para o *corpus* de análise, selecionou-se a telenovela brasileira *Avenida Brasil*, que obteve recordes de audiência em relação a outros produtos televisivos no mesmo período, com vista a refletir na representação do negro em um estado nacional que afirma viver em plena democracia racial. Como recorte, foram delineados três tipos de representação: a representação numérica, o papel/função social ocupado por esses personagens e sua interação com outros personagens negros e brancos. Nesses três pilares de análise, os dados da pesquisa revelaram que a representação numérica do negro é invisível em relação ao branco; as funções de trabalho ocupadas por esses personagens são socialmente discriminadas; a interação com personagens brancos ocorre de forma submissa; e os

negros se socializam entre si pelo pertencimento a uma comunidade de baixa renda ou por preferências culturais. Nessas constatações, alcançou-se o objetivo proposto neste estudo: o de analisar a representação do negro na telenovela *Avenida Brasil*.

A telenovela, como uma narrativa de representação social, revela um imaginário simbólico cultural que ainda inferioriza e discrimina o negro em relação à família, à educação, à saúde, ao trabalho e à condição social. Saliente-se que não se espera que o conteúdo televisivo apresente uma solução direta para minimizar as práticas de racismo, no entanto, diante da potencialidade dessa reprodução ideológica, cumpre incitar o debate e a reflexão da audiência sobre as implicações sociais dessas práticas, conforme apontado no item 3.

Neste estudo, não se esgota a temática de representação do negro na telenovela *Avenida Brasil*. Assim, aponta-se como outros possíveis caminhos para futuras investigações a análise da representação do negro com ênfase em outras abordagens: representação da espécie humana (reflexão entre a ideologia do branqueamento e o mito da democracia racial); aprofundar a crítica sobre o contexto das representações de família e de trabalho (ACEVEDO; NOHARA, 2008) e a associação da imagem do negro em campanhas publicitárias televisivas. Não obstante isso, a temática pode ser ampliada para outras formas de identidade cultural, como gênero, classe social, opção sexual, faixa etária e outros.

Media, representation and race: the black in the soap opera Avenida Brasil

Abstract

The television has excelled as the Brazilian largest media predominant, which, in turn, has the soap opera as main product. In the prism of the informational mediation, the message reproduced by the soap opera is capable to incite the reflection of the audience about problematic of the cultural identities of gender, race, age group, social class, among others. The objective with this study was to analyze the black's representation in the soap opera Avenida Brasil. For so much, a priori, reference is made to the literature revision in the areas of Communication, Cultural Studies and Sociology; a posteriori, are analyzed the data with base in three representation approaches: numeric, function social and interaction among the characters (black and white). The results of the research reveal the numeric invisibility of the blacks and the stigmatization these characters' by socially functions and behaviors discriminated.

Keywords: *Media. Cultural Studies. Soap Opera. Black's representation. Avenida Brasil.*

Referências

ACEVEDO, Cláudia Rosa; NOHARA, Jouliana Jordan. Interpretações sobre os retratos dos afro-descendentes na mídia de massa. *RAC*, Curitiba, edição especial, p. 119-146, 2008.

ARAÚJO, Joel Zito. O negro na dramaturgia, um caso exemplar da decadência do mito da democracia racial brasileira. *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 16, n. 3, p. 979-985, set./dez. 2008.

AVENIDA Brasil. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. Telenovela. 2014. Disponível em: <[http://pt.wikipedia.org/wiki/Avenida_Brasil_\(telenovela\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Avenida_Brasil_(telenovela))>. Acesso em: 22 fev. 2014.

AVENIDA Brasil. Telenovela. Direção: Amora Mautner, José Luiz Villamarim e Ricardo Waddington. Roteiro: João Emanuel Carneiro. Rio de Janeiro: Rede Globo de Televisão Brasil. 2012. 179 capítulos.

BARBOSA, Luciene Cecília. *Racismo e branquitude*: representações na telenovela “Da cor do pecado”, 2006. Disponível em: <<http://midiaetnia.com.br/wp-content/uploads/2011/02/Racismo-e-Branquitude-Luciene.pdf>>. Acesso em: 17 fev. 2014.

BORELLI, Silvia Helena Simões. Telenovelas brasileiras: balanços e perspectivas. *São Paulo em Perspectiva*, São Paulo, v. 15, n. 3, p. 29-36, 2001.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BRASIL. Projeto de Lei n. 4.370, de 7 de abril de 1998. Dispõe sobre a representação racial e étnica dos filmes e peças publicitárias veiculadas pelas emissoras de televisão. *Diário da Câmara dos Deputados*, Brasília, 21 abr. 1998. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=20842>>. Acesso em: 19 fev. 2014.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. *Cartografias dos estudos culturais*: uma versão latino-americana. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

GOMES, Igor Bergamo Anjos. *A ameaça simbólica das cotas raciais na mídia brasileira: o negro nas telenovelas*. 2008. 89f. Dissertação (Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais) – Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2008.

GSHOW. *Avenida Brasil*. Disponível em: <<http://gshow.globo.com/novelas/avenida-brasil/index.html>>. Acesso em: 22 fev. 2014.

GUIMARÃES, Lara L.; PINTO, Raquel Lara R. A. Os meios de comunicação enquanto formadores e legitimadores de identidades: uma reflexão sobre a representação de negros na mídia. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29., 2006, Brasília. *Anais...* Brasília: UnB, 2006, p. 1-10.

HALL, Stuart. *Da diáspora*: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). *Característica da população e dos domicílios*: resultados do universo (Tabela 1.3.2), 2010. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/caracteristicas_da_populacao/caracteristicas_da_populacao_tab_brasil_zip_ods.shtm>. Acesso em: 23 fev. 2014.

JENKINS, Henry. *Cultura de convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. Lisboa: Instituto Piaget, 2000.

LIMA, Solange Martins Couceiro de. A personagem negra na telenovela brasileira: alguns momentos. *Revista USP*, São Paulo, n. 48, p. 88-99, dez./fev. 2001.

MATELLART, Armand; NEVEU, Érik. *Introdução aos estudos culturais*. São Paulo: Parábola Editorial, 2004.

MILLER, David; PHILO, Greg. The active audience and wrong turns in media studies. *Journal on Media Culture*, Toronto, n. 4, set. 2001.

OLIVEIRA, Fátima. Ser negro no Brasil: alcances e limites. *Estudos Avançados*, São Paulo, v. 18, n. 50, p. 57-60, 2004.

PACHECO, Hellen de Paula. Representatividade da imagem do negro nos meios de comunicação: Revista Raça Brasil e a imprensa brasileira. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 24., 2001, Campo Grande. *Anais...* Campo Grande: Uniderp, 2001, p. 1-14.

ROSO, Adriane *et al.* Cultura e ideologia: a mídia revelando estereótipos raciais de gênero. *Psicologia & Sociedade*, Florianópolis, v. 14, n. 2, p. 74-94, jul./dez. 2002.

SANT'ANNA, Affonso Romano de. *O canibalismo amoroso*. São Paulo: Brasiliense, 1985.

SANTAELLA, Lúcia. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. *Famecos*, Porto Alegre, v. 22, p. 23-32, dez. 2003.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. *O espetáculo das raças: cientistas, instituições e questão racial no Brasil – 19870-1930*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

ÚLTIMO capítulo de “Avenida Brasil” é o programa mais visto de 2012. *Folha de S. Paulo*. 2012. Disponível em: <<http://f5.folha.uol.com.br/televisao/1172364-ultimo-capitulo-de-avenida-brasil-e-o-programa-mais-visto-de-2012.shtml>>. Acesso em: 22 fev. 2014.

Enviado em 16 de dezembro de 2014.

Aceito em 15 de maio de 2015.