

## O VALOR DA REPRESENTATIVIDADE DA MULHER NEGRA NA TELENOVELA

Matheus Effgen Santos<sup>1</sup>

Mestrando do curso de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades  
Universidade Federal do Espírito Santo - UFES

E-mail: [matheuseffgen@gmail.com](mailto:matheuseffgen@gmail.com)

Orientadora: Prof<sup>ª</sup> Gabriela Santos Alves

Universidade Federal do Espírito Santo - UFES

E-mail: [gabriela.alves@ufes.br](mailto:gabriela.alves@ufes.br)

### RESUMO

A telenovela se firmou no Brasil como um produto ficcional capaz de espelhar as dinâmicas sociais e as particularidades dos diferentes grupos que formam a cultura do país. Disso decorre a possibilidade que ela alcançou de promover a representatividade e a afirmação das identidades para sua audiência, ainda que alguns grupos tenham sido sub-representados, como é o caso das mulheres negras. O trabalho busca compreender de que forma a representatividade da mulher negra pode ser pensada através da experiência de produção das telenovelas brasileiras contemporâneas. Foi empregada a revisão de literatura como método, por meio do qual foi recuperada parte das características da presença da mulher negra na telenovela e se construiu uma reflexão sobre como a representatividade pode ser pensada como um valor comercial para esses produtos ficcionais. Os resultados demonstram que a representatividade vem sendo pensada como um valor necessário e bem-vindo nos ambientes de produção das telenovelas, ainda que a determinação em a promover não parta de uma iniciativa orgânica das instituições e sim como resposta às demandas sociais.

**Palavras-chave:** Telenovela. Representatividade. Mulher Negra. *Amor de Mãe*.

### INTRODUÇÃO

Um das formas de indicar o bom desempenho de uma telenovela brasileira pode ser medida pela adesão do público. As variáveis que apontam e justificam esse reconhecimento são múltiplas e vão desde a percepção da qualidade do material exibido até a afinidade que as pessoas desenvolvem (ou não) com os enredos e as personagens.

As mudanças nas formas de realização dessas telenovelas, nesse sentido, além de serem

---

<sup>1</sup> Bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Espírito Santo (Fapes).

um movimento próprio do desenvolvimento temporal do campo, também emergem desse diálogo social. E essas mudanças não se isolam nos modos de fazer técnico, mas também dizem das mudanças pelas quais a sociedade se vê enredada.

No Brasil, os estereótipos historicamente associados à população negra — e aqui interessa particularmente aqueles destinados às mulheres — trazem prejuízos de ordem material e simbólica para esse grupo. Enfrentá-los significa pôr em prática uma série de iniciativas que apresente para as mulheres negras novas formas de se reconhecer nos mais diferentes espaços sociais, incluindo a televisão e suas novelas.

Dessa forma, o que se pretende neste trabalho é estabelecer um percurso teórico que permita pensar na forma como a representatividade da mulher negra tem atuado como um operador na realização da telenovela brasileira. Discute-se o contexto que propicia esse movimento assim como as suas motivações, que podem vir da ordem comercial ou pelas reivindicações da sociedade.

Este trabalho é realizado como parte de uma pesquisa que se desenvolve em nível de mestrado no programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidade da Universidade Federal do Espírito Santo. A pesquisa pretende verificar de que forma se dá a representatividade da mulher negra em telenovelas brasileiras contemporâneas e, para isso, analisa *Amor de Mãe* (2019), produzida e exibida pela Rede Globo com autoria de Manuela Dias e direção artística de José Luiz Villamarim.

Como recorte, o estudo propõe analisar duas das personagens principais da trama: Camila dos Santos Silva (Jéssica Ellen) e Vitória Amorim (Taís Araújo). A primeira é uma professora de história recém-formada que atua no ensino público e a segunda uma advogada à frente de um escritório de advocacia no Rio de Janeiro.

## **SOBRE A PRESENÇA (OU NÃO) DA MULHER NEGRA NA TELENÓVELA**

A criação de um padrão estético, por assim dizer, que passou a fazer com que as telenovelas produzidas no Brasil tematizassem as dinâmicas sociais próprias do país teve início na década de 1970. O contexto desse período proporcionou o entendimento das telenovelas como aquilo que Lopes (2003) nomeia como sendo uma espécie de nação imaginada. Para a autora, é justamente ao se verem retratados pelas telenovelas que os diferentes grupos sociais podem se reconhecer como parte da nação. Ainda que não haja um consenso acerca da maneira

como essa representação é feita, seria justamente essa disputa de narrativas, balizada pelas diferentes visões que esses grupos possuem das dinâmicas sociais que daria forma a essa nação.

Foi também na década de 1970 que os temas que abordavam as experiências das mulheres começaram a se expandir nas telenovelas brasileiras (HAMBURGER, 2005). Todavia, quais eram as mulheres em que pensava nesse momento? A baixa presença de pessoas negras durante boa parte do histórico das telenovelas (ARAÚJO, 2004) mostra que provavelmente foi adotado um modelo específico de mulher a ser representado. Assim, ainda que as histórias sobre mulheres passassem a ser mais diversas, as características delas, ao menos em relação à raça, não eram.

Campos e Feres Junior (2015) elaboraram um levantamento acerca da presença de atores e atrizes negras(as) no elenco principal das telenovelas da Rede Globo entre os anos de 1985 e 2014. O estudo demonstrou que nesse período o número de profissionais negros(as) era de menos de 10%, sendo que o percentual de atrizes negras foi o menor: 3,8%.

Cabe acrescentar que essas poucas profissionais negras que participaram das telenovelas muitas vezes ocuparam papéis considerados subservientes e representavam funções como as de funcionárias domésticas, babás e cozinheiras (FERNANDES, 2009). As mudanças no status da participação de profissionais negros(as), fossem elas de caráter quantitativo e/ou qualitativo, só foram viabilizadas pela ação do movimento negro, além dos(as) atores e atrizes negros(as) que trabalham nesse meio e cobravam papéis melhores (ARAÚJO, 2004).

Há também a aparição das personagens soltas (LIMA, 2001), interpretadas por atrizes ou atores negros(as) reconhecidos(as) mas que não representavam papéis significantes nas histórias. Comumente, essas personagens possuíam profissões como médicas e advogadas, mas sua presença estava desconectada do desenvolvimento dramático. Por conta disso, é possível afirmar que a simples inserção de personagens negras nas telenovelas não encerra a problemática. Fatos como este demonstram que há maior interesse em promover uma espécie de cota no elenco do que a busca de reparações sérias no âmbito da representatividade.

Os significados que transitam por meio dessas imagens estereotipadas conseguem se tornar bastante nocivos. A possibilidade mais alarmante talvez seja a mensagem sugerida ao público de que existiriam funções que deveriam por excelência ser desempenhadas pelas mulheres negras e dos lugares a ser ocupados por elas. Ambos, em geral, subalternizados.

a telenovela acaba por reforçar a ideologia do embranquecimento ao reiterar diariamente que o bem-sucedido, o patrão ou o herói é branco. As personagens

interessantes da trama, aquelas que comandam a ação e polarizam a atenção da audiência, são geralmente brancas. O que sobra aos atores negros? Representações estereotipadas e sem complexidade de setores sociais pouco atrativos do mundo profissional. (FERNANDES, 2009, p. 50).

Para hooks (2019) se ver em papéis subalternizados ou até mesmo não se ver na ficção pode ser considerada uma forma de violência. A resposta diante desse problema pode estar na recusa em consumir produtos que se neguem a promover a identificação entre as características dentro e fora da ficção. A autora ainda detalha que essa violência ocorre não simplesmente porque as histórias deixam de incentivar manifestações positivas que possam servir de exemplo para as mulheres negras, mas, pelo contrário, porque se negam a mostrar experiências que já existem há muito na realidade.

Essa recuperação, ainda que breve, evidencia os desafios que a telenovela precisou enfrentar — e que ainda precisará — para promover maior diversidade em suas tramas. Inclusive, ao fazer isso, é possível atrair pessoas que antes não se enxergavam nessas histórias. Assim, a representatividade é um dos caminhos rumo à ampliação dos territórios de consumo (ZANETTI, 2018). Além de uma forma de reafirmar seu papel enquanto simulação da nação, essa pode ser uma forma de tornar esses produtos mais atraentes, como será melhor explorado adiante.

## **A PRODUÇÃO DA TELENVELA E A REPRESENTATIVIDADE**

Apesar do fato de que parte considerável das telenovelas brasileiras está presente nas grades de emissoras de televisão aberta, sua realização obedece a lógica do capital privado. Portanto, seu objetivo essencial é o da lucratividade. Como é a audiência o fator determinante desse bom desempenho comercial, é preciso construir tramas que correspondam a variadas expectativas de um público igualmente variado.

A televisão aberta traz assim a possibilidade de acesso a produtos teleficcionais para um público bastante diversificado e que poderia, a partir disso, formar sua própria identidade. É justamente as demandas trazidas pelo público que impulsionam a telenovela a questionar as representações sociais feitas anteriormente, especialmente quando elas se distanciam da realidade vivenciada por esses grupos (LOPES, 2009). A televisão, mas especificamente a telenovela, constitui desse modo um novo espaço público (LOPES, 2009), do qual uma das

características seria a possibilidade de alimentar um repertório comum para a sociedade carregado de sentidos e de modos de compreensão do país.

O consumo dos produtos midiáticos é, para Tondato (2015), uma das chances de acessar os valores culturais em circulação em uma determinada sociedade e que, portanto, ajuda a fixar modos de vida e de identidade. Ao contribuir para a reflexão da cidadania e dos direitos humanos a telenovela se posiciona como um dos componentes da política de comunicação e cultura (LOPES, 2009).

*Amor de Mãe* aparenta ser um marco das mudanças que ocorrem no campo de realização das telenovelas por meio do diálogo com a sociedade. Ao promover duas personagens de mulheres negras ao protagonismo, fato ainda pontual, parece haver um interesse de reverter a posição de pouca visibilidade enfrentada pelas personagens negras nas novelas e atualizar os moldes dessa presença.

Por sinal, refletir os contornos da época em que é feita é umas das características constituintes da própria telenovela (LOPES, 2009). A estratégia em geral utilizada nesse sentido é a representação dos padrões de consumo das personagens e a indicação de como eles indicam uma determinada integração social.

Vitória, umas das protagonistas analisadas pelo trabalho que contempla este texto, é um bom exemplo nesse sentido. A personagem é uma mulher negra que dispõe, na maior parte da trama, de uma condição financeira bastante confortável. A posição ocupada por ela a permite dispor de uma série de bens e serviços de alto custo, o que faz com que sua história possa indicar possibilidade de identidade para mulheres negras não apenas em posições como aquelas vistas na primeira seção.

Para que esse tipo de resultado possa ser visto no vídeo, antes ele precisa estar muito bem alinhado nos bastidores das produções. Almeida (2019) alerta para o fato de que em geral a busca por representatividade nas instituições não atinge as esferas em que as decisões são tomadas. O autor argumenta que movimentações desse tipo parecem mais uma tentativa de cessar os confrontos propostos pelos grupos sub-representados do que uma busca real pela representatividade no interior da organização.

Levando em conta o aspecto comercial da produção das novelas, a busca de mudanças se atrela ainda a um aspecto publicitário. Por sua vez, a publicidade tem sido atravessada por movimentos que propõem novas perspectivas dessa área com relação à raça. A comunicação publicitária antirracista, como vem sendo chamada, se preocupa em estabelecer formas de

enfrentamento ao racismo como a diversidade e a representatividade em vista de modificar a percepção acerca das pessoas vítimas de racismo. Volta-se para lugares de produção e consumo, mas sem perder de vista que seu exercício deve assegurar também a segurança das instituições que representa (LEITE, 2019).

É a facilidade de se adaptar às mudanças ou mesmo a própria natureza do fazer publicitário atento às transformações que a permite estar atrelada aos processos antirracistas (LEITE, 2019). Por outro lado, Leite (2019) também reconhece que é justamente na lógica capitalista que está uma das principais forças de disseminação do racismo. Como resposta ao impasse, o autor explica que mesmo que essa seja uma realidade, construir estratégias antirracistas para espaços de produção e consumo representa pode funcionar como uma forma de eliminar possíveis instabilidade da acumulação capital.

Somente a equiparação numérica das pessoas racializadas com outros grupos não elimina problemas como a estereotipação de seus corpos pela comunicação com viés publicitário (LEITE, 2019). É importante também que pense em novas perspectivas para inserir esses profissionais e, no caso da telenovela, das personagens. Desestabilizar as retratações comprometidas pelo olhar racista impõe novas formas de narrar suas histórias para que não se aparte de sua realidade.

Em *Amor de Mãe*, profissionais não negros(as) ocupam a autoria e a direção artística da trama, duas das principais esferas em que as escolhas sobre como conduzir as histórias são feitas. E esse não é um caso isolado. O estudo relatado por Campos e Feres Júnior (2015) demonstrou que no período recortado pela a análise nenhum(a) autor(a) ou diretor(a) foi percebido como pessoa não branca.

Vale também lembrar o caso que envolveu a escalação do elenco da telenovela *Segundo Sol* (2018), da autoria de João Emanuel Carneiro e direção artística de Dennis Carvalho. A história ambientada na Bahia, que possui população majoritariamente negra, contava com um elenco principal formado por pessoas brancas. A questão fez com que o Ministério Público do Trabalho do Rio de Janeiro enviasse uma notificação sobre o caso à Rede Globo<sup>2</sup>. O documento exigia que a emissora implementasse medidas capazes de promover mais diversidade na representação étnico-racial de seus programas.

---

<sup>2</sup> A NOTIFICAÇÃO RECOMENDATÓRIA/DIP/PRT1ª/Nº 163.181/2018, emitida no dia 11 de maio de 2018 pode ser acessada no endereço <https://static.poder360.com.br/2018/05/236495d5ee0c32c419e811f8bae6dc15.pdf>



Fica nítido que a promoção da representatividade tem sido encarada como um valor institucional e, de certa forma, comercial para os produtos como a telenovela. A iniciativa, que pode ser considerada tardia, surge, como visto, também por demandas judiciais. Os esforços em modificar a maneira como essas personagens integram as narrativas são materializados em obras como *Amor de Mãe* e, mesmo que não surjam de forma espontânea por parte das organizações, se configuram como espaços importantes de reconhecimento para as mulheres negras.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

As iniciativas tomadas pela Rede Globo no caso de *Amor de Mãe* na busca pela ampliação da representatividade decorrem de sua inserção em um determinado contexto social e histórico. Há uma crescente reivindicação de profissionais e nas mobilizações sociais que cobram por novas formas de narrar as existências negras. O surgimento destas protagonistas, ainda que não seja tão recorrente, ilustra a ação de resposta institucional frente a essas demandas.

Ainda assim, as transformações se dão de maneira gradual, o que faz com que em muitos casos resquícios das problemáticas em relação à representatividade ainda possam ser identificados. Essa dinâmica é própria da telenovela, na qual a ambivalência entre transgressão e conformação no que diz respeito ao tratamento moral dado aos temas é comum (LOPES, 2009).

Apesar dessa demanda ainda precisar ser tema de negociação, a construção de personagens negras como Camila e Vitória em *Amor de Mãe* se mostra como um aceno positivo na ampliação dos espaços de identificação para mulheres negras. No entanto, sem uma mudança também na lógica organizacional pode comprometer esse movimento. O resultado desse binômio entre a aparição de mais mulheres negras no vídeo com a sua pouca participação nos bastidores pode ser perigosa ao suceder em histórias que persistem em seus estereótipos (LEITE, 2019).

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, S. L. **Racismo estrutural**. São Paulo: Pólen, 2019.

ARAÚJO, J. Z. **A negação do Brasil: O negro na telenovela brasileira**. 2. ed. São Paulo: Senac, 2004.

CAMPOS, L. A.; FERES JÚNIOR, J. Televisão em cores?: raça e sexo nas telenovelas “Globais” dos últimos 30 anos. **Textos para Discussão GEMAA**, Rio de Janeiro, n. 10, p. 1-23, 2015.

FERNANDES, D. A. **A personagem negra na telenovela brasileira**: representações na negritude em “Duas Caras”. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora, p. 176. 2009.

HAMBURGER, E. **O Brasil Antenado: a sociedade da telenovela**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

hooks, b. O olhar opositor: mulheres negras espectadoras. In: **Olhares negros: raça e representação**. Tradução de Stephanie Borges. São Paulo: Elefante, 2019, p. 214-240.

LEITE, F. Para pensar uma publicidade antirracista: entre a produção e os consumos. In: LEITE, F.; BATISTA, L. L. (Org.). **Publicidade antirracista**: reflexões, caminhos e desafios. São Paulo: Escola de Comunicação e Artes/USP, 2019.

LIMA, S. M. C. A personagem negra da telenovela brasileira: alguns momentos. In: **Revista USP**, n. 48, p. 88-99. São Paulo: USP, 2001.

LOPES, M. I. V. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. **Comunicação & Educação**, v. 26, p. 17- 34. São Paulo: USP, 2003.

LOPES, M. I. V. de. Telenovela como recurso comunicativo. **Matrizes**, São Paulo, v. 3, n. 1, p. 21-47, ago./dez. 2009.

TONDATO, M. P. Consumo e cidadania: representações midiáticas na telenovela Lado a Lado. **Interin**, v. 20, n. 2, p. 104-121, jul./dez. 2015.

ZANETTI, D. Territorialidades no campo audiovisual. In: ZANETTI, D.; REIS, R. (Orgs.) **Comunicação e territorialidades**: poder e cultura, redes e mídias. 1. ed. VITÓRIA: EDUFES, 2018. v. 1. p. 35-47.