

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

FERNANDA BUENO

**A MULHER NEGRA NA TELENVELA: HIPERSSEXUALIZAÇÃO,
INVISIBILIDADE OU SUBALTERNIDADE?**

CURITIBA
2016

FERNANDA BUENO

**A MULHER NEGRA NA TELENOVELA: HIPERSSEXUALIZAÇÃO,
INVISIBILIDADE OU SUBALTERNIDADE?**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Comunicação Social com ênfase em Relações Públicas, Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Prof.^a Dra. Carla Rizzotto e Prof.^a Dra. Luciana Panke

CURITIBA
2016

DEDICO ESTE TRABALHO À NACYR BUENO, A PRIMEIRA DAS TRÊS GERAÇÕES.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aqueles que estiveram comigo, não só nesta última etapa da graduação, mas desde o início. Aqueles que me deram principalmente apoio emocional, força e muito carinho, que acreditaram no meu trabalho, mesmo com todos os prazos chegando ao fim. Espero não esquecer de ninguém, mas listo em primeiro lugar, meus pais, Márcia Bueno e Giancarlo Rodrigues e toda a minha família, a quem eu devo minha melanina, minhas influências, muito da minha inspiração e a minha liberdade para decidir ser aquilo que me faz feliz.

Minha primeira orientadora, Luciana Panke, por toda paciência, cuidado e gentileza durante o período em que vivemos essa jornada juntas, pelas referências que me mostrou e pelo direcionamento do trabalho. E também a minha segunda/atual orientadora, Carla Rizzotto, pelas contribuições importantes, pela agilidade nas correções, por ser sempre tão atenciosa, querida e gentil durante as orientações.

Para minha companheira de dias e noites, regados à café, chá e chocolate, Maryani Fuzetti, obrigada por segurar as pontas e me abraçar forte nos momentos de crise. Aos colegas que fiz na faculdade e que sempre me incentivaram muito: Bruna Motta, Flávia Scholz, Bianca Borba, Ana Clara Tonocchi, Thâmara Tavares, Clara Lume, Greici Caroline, Adriano Taques, Nathalia Tsiflidis, Mariana Bunchmann, Augusto Stella, Lucas Voi, William Barbosa, Mariana Caxambu, Gessica Sandini e Camilo Leão. A todos que participaram comigo do programa Jovens Profissionais do Desenvolvimento e principalmente à minha coach Carla Lourenço. As musas: Karla Keiko, Lays Gonçalves, Letícia Wons, Renata Mocelin, Ana Eduarda, Maria Eduarda Gomes, Eduarda Guimarães, Thuany Trindade e Bárbara Ribas Maciel.

Aos que me deram abrigo, revisaram o texto, deram palpites e me proporcionaram grandes momentos de reflexão: Amanda Krauze e família, Bárbara Caramuru, José Alberto Amarante, Ana Bittencourt, Gabriel Dietrich, Nathan Vidal, Sollon Neto, Stella Sanches, Eric Han Schneider, Tércilo Pereira, Pamela Oliveira e Flávia Maria Cheganças.

E especialmente todas as pretas que estiveram ao meu lado durante essa caminhada, vocês são maravilhosas e não tem ideia do quanto me ensinaram e me ajudaram a crescer como mulher e como militante: Débora, Mônica e Thaís Gonçalves, Claudia Bueno, “vó Dora”, Cintia Ribbeiro, Izzy Gomes, Neli Gomes Rocha, Dea Rosendo, Letícia Leobet, Margo Cruz, Daiane Vasconcelos, Renata Valmore, Nathalia Luiza, Débora Fidelis, Yohana Rosa, Thamyrys Baptista, Desiree Motta, Josiane Paixão, Brenda Maria e Bárbara Oeiras.

“Percebemos que somos "quentes" porque nos vêm como mulheres sem alma nas quais os homens podem soltar os seus ímpetos; que somos "quentes" porque as outras mulheres são sérias e puritanas, que somos "quentes" porque somos imorais; sacudimos essa expressão da nossa cabeça e passamos a abominá-la.”

Nota das tradutoras do livro The Women's Press de Angela Davis

RESUMO

O presente trabalho se propõe a realizar uma discussão teórica entre estudos feministas na comunicação e gêneros televisivos, especificamente novelas. Por objeto de pesquisa, foi escolhida a Rede Globo, portanto, realizou-se, de forma breve, um diagnóstico do seu contexto histórico, com o intuito de compreender a trajetória e a narrativa da emissora. A partir disso, foi realizada uma análise das vinhetas de abertura das novelas exibidas no período entre 2000 e 2010. Tendo como objetivo verificar a possibilidade de afirmar que esse grupo possui referências midiáticas e identificar de que forma as mulheres negras são representadas na televisão. Foi observada a maneira que essa exibição se caracteriza, sob três categorias: a invisibilidade, a hiperssexualização e a subalternidade. Após análise das vinhetas, as considerações finais se propõem a responder se essas representações existem, e como elas são construídas e perceber suas relações com a propagação de estereótipos racistas no Brasil.

Palavras-chave: Mulher negra, telenovela, comunicação, vinhetas.

ABSTRACT

This study aims to carry out a theoretical discussion between feminist studies in communication and television genres, specifically novels. Globo has been chosen as the subject of the research, and then, I do, briefly, a diagnosis of its historical context in order to understand the history and narrative of the broadcaster. From this, an analysis of opening vignettes of novels displayed in the period between 2000 and 2010 was made. The goal is to identify how black women are represented on television and verify the possibility to claim that this group has media references. And by that, how is the representation of black women in the media. After the analysis of the vignettes, the final considerations have the purpose to respond if those representations exists and how they are built. Finally, I will work with the way that this view is characterized. Thinking about the logic of invisibility, the hiperssexualization and subaltern and its relationship to the spreading of racist stereotypes in Brazil.

Key-words: Black women, novels, invisibility, hiperssexualization and subaltern.

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - NOVELAS EXIBIDAS ENTRE 10/05/199 ATÉ 14/01/2011.....34

TABELA 2 - MULHERES NEGRAS NAS VINHETAS DE ABERTURA DE
NOVELA.....

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 DESENVOLVIMENTO E EXPANSÃO DA TELEVISÃO NO BRASIL	12
2.1 HISTÓRICO DA REDE GLOBO	20
2.2 GÊNEROS TELEVISIVOS, NOVELAS E VINHETAS	21
3 DISCUSSÃO SOBRE GÊNERO NA COMUNICAÇÃO	28
3.1 O PAPEL E A RESPONSABILIDADE DA MÍDIA.....	30
3.2 A MULHER NEGRA NA TELEVISÃO.....	37
4 METODOLOGIA	43
4.1 CORPUS DE PESQUISA	46
5. ANÁLISE DAS VINHETAS	50
5.1 MULHERES APAIXONADAS	50
5.2 DA COR DO PECADO	53
5.3 SENHORA DO DESTINO.....	57
5.4 SINHÁ MOÇA	62
5.5 COBRAS E LAGARTOS.....	66
5.6 PÁGINAS DA VIDA	70
5.7 BELEZA PURA	72
5.8 VIVER A VIDA	77
5.9 TEMPOS MODERNOS.....	82
6 CONCLUSÃO	87
7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	91

1 INTRODUÇÃO

A representação da mulher negra na televisão brasileira reflete o cenário brasileiro de exclusão velada da população negra. O movimento sufragista, que marcou a organização das mulheres em busca de seus direitos em meados do século XIX, ganhava força enquanto os negros, em um movimento sem distinção de gênero, ainda lutavam por questões trabalhistas e direitos econômicos (DAVIS, 2013). E a mulher negra é ainda mais desvalorizada do que a mulher branca, por pertencer às duas classes consideradas de menos força e inteligência: os negros e as mulheres. Por isso é quem carrega, até os dias de hoje, as heranças de maior discriminação do período escravocrata.

Após observar uma comparação generalizada entre meninas e referências midiáticas negras, muitas vezes equívoca (pois em diversos casos, a garota não se parece fisicamente com a atriz ou personagem em questão) notou-se que esse fato pode acontecer em decorrência de uma generalização dos fenótipos¹ negros, justamente por conta da ausência de personagens que representam essa diversidade na mídia. Haja vista que os negros continuam aparecendo camuflados nos estereótipos².

Outro fator interessante que foi percebido é que as meninas negras não se parecem fisicamente entre si e nem com as atrizes usadas como referência, mas todas recebem o mesmo apelido. Essa reflexão provoca o seguinte questionamento: será que isso acontece devido às poucas referências midiáticas que esse grupo tem? A partir de então, é essencial entender o papel da mídia no processo de significar o lugar da população negra, especialmente as mulheres, na sociedade.

¹ Todas as características de organismos, distinguíveis por inspeção direta da aparência ou por descrição dos métodos de medição, poderão ser caracterizadas como “fenótipo”. Johannsen (1911) apud JUSTINA et. al (2012)

² Definição: “uma imagem ou uma ideia aceita comumente por um grupo ou uma sociedade, que apresenta um caráter imutável. Atualmente, o conceito de estereótipo tende mais a referir-se à imagem mental simplificada e com poucos detalhes acerca de um grupo de pessoas que partilham certas qualidades características. Costuma ser usado com um sentido negativo ou pejorativo, considerando-se que os estereótipos são crenças ilógicas que se podem mudar através da educação. Na arte e na literatura, os estereótipos são clichês e aparecem sob a forma de personagens ou situações previsíveis.” – conceito disponível no site: <http://conceito.de/estereotipo>

Essa questão também sugere outra inquietação: quando e em qual contexto o corpo feminino negro é retratado na mídia brasileira, em especial na Rede Globo, considerando que a emissora é tida como uma das mais influentes do país? Portanto, fazem parte dos objetivos da pesquisa descobrir se existe representatividade e onde/em que posição as mulheres negras aparecem. Além da erotização explícita do corpo feminino, principalmente das negras, nos veículos de comunicação em geral e na emissora a ser estudada, existem outros fatores que podem ser relevantes na pesquisa como a invisibilidade, devido às poucas aparições em condições de igualdade e sem estereótipos, e a da subalternidade, por estar sempre em posições de inferioridade.

A telenovela foi escolhida como objeto por conta da sua relevância dentre os outros produtos da Rede Globo. A pesquisa, inicialmente, identificou quantas novelas a emissora exibiu no período entre 2000 e 2010 e chegou a um total de 59 vinhetas, contabilizando os horários das 18 às 21 horas. E dentre essas, em apenas 9 apareciam mulheres negras.

As vinhetas em que a mulher negra foi representada de uma ou outra maneira serão analisadas a partir de metodologia construída com base em Joan Ferrés (1998) em diálogo com a leitura de Umberto Eco (1970). As duas obras dialogam uma vez que Eco discorre, na década de 70, que a televisão também possui um caráter psicológico e sociológico, além das suas técnicas, e é justamente esse fato que qualifica todo o discurso televisivo. Vinte anos mais tarde, Ferrés argumenta sobre a sedução dos anúncios e a maneira com a qual eles impactam, não através dos textos e imagens propriamente ditos, mas sim pela capacidade de persuasão e de emoção que provocam no telespectador.

O trabalho será dividido em três capítulos. O primeiro capítulo inicia com um breve histórico da chegada da televisão no país e em seguida é apresentado um resumo da história da Rede Globo, com a justificativa de que ter conhecimento sobre sua trajetória é fundamental para contextualizar em que ambiente o conteúdo é produzido, assim, é possível aumentar a compreensão e os significados atribuídos a eles, de acordo com a cultura organizacional.

Utilizou-se o pensamento de Heloisa Buarque de Almeida (2002) para conceituar as especificidades da televisão e do gênero televisivo em questão; e Patrick Charaudeau (2010) para iluminar alguns conceitos sobre gêneros televisivos e a importância do contrato de comunicação entre público e produtores de informação. Esses três autores dialogam entre si pois os três apresentam perspectivas a respeito de gênero televisivo e auxiliam na busca pela compreensão de quais são os quadros referenciais que definem especificamente o gênero novela, além de discutirem acerca do papel social da televisão.

Posteriormente se levanta a discussão sobre como a televisão retrata mulheres e negros. Sobre os negros na mídia, será usada uma coletânea organizada por Leandro Leonardo Batista e Francisco Leite (2011), além de *Mídia e Racismo* (2002), organizado por Silvia Ramos. Aproveitando a publicação do livro “Não somos racistas”, escrito pelo diretor geral de jornalismo da Rede Globo, Ali Kamel (2006), o trabalho utiliza conclusões da pesquisa de Joel Zito de Araújo (2000), em seu livro “A negação do Brasil: o negro na telenovela brasileira” para refutar algumas ideias apresentadas pelo primeiro autor.

A discussão acerca de gênero e raça se concentra na definição do termo, usando teóricos como Judith Butler (2013), Lélia Gonzalez (2011), Angela Davis (2013) e Neuma Aguiar (1997), para explicar, de forma breve, o histórico da representação das mulheres na mídia, através de uma perspectiva feminista e também das feministas negras.

No terceiro capítulo serão exibidos os dados da análise das nove vinhetas nas quais apareciam mulheres negras desde os anos 2000 até 2010. Com base na metodologia apresentada inicialmente. Além de utilizar as categorias: hiperssexualização, invisibilidade e subalternidade, para classificar essas aparições.

2 DESENVOLVIMENTO E EXPANSÃO DA TELEVISÃO NO BRASIL

A televisão foi inaugurada no Brasil em 1951, em São Paulo, porém só houve a expansão do meio para outros lugares do país além do centro-sul no final dos anos 60. O sistema brasileiro de televisão é majoritariamente comercial, porém as emissoras só podem operar por meio de concessão do Estado e recebem intervenções estatais, além de manterem associações com o governo, até mesmo como anunciante (ALMEIDA, 2003). Para permanecer sendo o meio de comunicação que atinge o maior número de receptores, a TV vem passando por um processo de inovação em suas tecnologias e revisão de conteúdo e esse comportamento pode ser entendido como superação ou resistência devido ao avanço de outras tecnologias da informação. (GORDILLO, 2009). Contudo, ainda é considerada “a maior mídia do país em quase toda a sua extensão e pela sua penetração nos lares brasileiros.” (ALMEIDA, 2003, p. 27).

É logo após o Plano Real, em 1994, que a televisão se torna uma realidade na casa dos brasileiros pertencentes às classes populares, pois até este momento, era um bem de consumo apenas da elite. A chegada da TV ilustra o conflito entre manter as tradições e alguns comportamentos³ e aceitar consumir alguns itens ou adquirir crenças e gostos devido a essa influência externa da televisão. Podendo ser bastante problemático, mas que pode vir a gerar um pensamento e vontade de fortalecer a “tradição local que se opõe à modernidade trazida pela televisão” (ALMEIDA, 2003, p. 32).

A TV aberta brasileira pode ser dividida em duas fases: a primeira que vai de 1950 a 1970, os primeiros 20 anos da sua instalação no país, momento em que ainda era possível identificar a grande vigilância do Estado, o monopólio da produção pela TV Tupi, a massificação do público, a busca pela linguagem própria e poucos recursos tecnológicos.

³ Durante os primeiros tempos, as vendas dobraram de ano para ano até atingirem a marca de 85 mil unidades, em 1957, e 200 mil, em 1960. Hoje, 10 milhões de TVs são vendidas anualmente. Dado disponível em: <https://tecnologia.terra.com.br/eletronicos/da-valvula-ao-3d-os-60-anos-da-tv-no-brasil,eb196f99d55ea310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>

A segunda fase teve início nos anos 70 e permanece até hoje, se estabeleceu durante a consolidação da Rede Globo como principal grupo de comunicação, momento em que surge a possibilidade de exportar programas nacionais e o padrão técnico avança consideravelmente. (MALCHER apud CAPARELLI e LIMA, 2010).

Num país com dimensão territorial tão vasta, a TV tornou-se uma janela para o mundo e é “muitas vezes, a única forma de lazer possível a milhões de brasileiros” (MALCHER, p. 87). Porém, utilizando o pensamento de Ferrés de que existem possibilidades da televisão exercer um efeito placebo sobre a população, há a controvérsia de que a dimensão do seu impacto nos telespectadores é justamente uma crença ingênua sobre a sua inofensividade que gera um equívoco e faz com que o poder da televisão seja subestimado. Seguindo a mesma lógica do placebo, substância química neutra, normalmente usada em paciente hipocondríacos para ativar mecanismos psicológicos que condicionam a cura (FERRÉS, 1998). A partir disso, conclui-se que todos os resultados, interpretações e significados são conferidos pela irracionalidade, já que as pessoas estão sentindo os efeitos dessa ação televisiva que aparentemente é imparcial.

A partir deste raciocínio foi possível refletir sobre a padronização de valores e ideias dos produtos que são veiculados, entendendo que o público atingido não necessariamente é composto por uma massa homogênea. Sendo assim, o conceito de indústria cultural, proposto por Adorno e Horkheimer (1985) consiste na crítica à essa padronização dos conteúdos exibidos pelo rádio, pelo cinema e posteriormente pela televisão, ou seja, a generalização de uma cultura que anteriormente era segmentada de acordo com as classes da sociedade à qual pertencia.

Para os autores, caracteriza-se como indústria, os meios de comunicação que funcionam através de um sistema de produção em série, que em seus produtos buscam adequar a linguagem para que seja compreendida por receptores considerados medianos e passivos, quando na verdade eles são indivíduos heterogêneos e que fazem parte de classes diferenciadas,

portanto, não compartilham o mesmo nível de entendimento. Agir dessa forma apenas desconsidera a necessidade de grupos específicos transformando-as em necessidades comuns.

O fato de que milhões de pessoas participam dessa indústria imporia métodos de reprodução que, por sua vez, tornam inevitável a disseminação de bens padronizados para a satisfação de necessidades iguais. O contraste técnico entre poucos centros de produção e uma recepção dispersa condicionaria a organização e o planejamento pela direção. Os padrões teriam resultado originalmente das necessidades dos consumidores: eis por que são aceitos sem resistência. (Adorno e Horkheimer, 1985, p 114)

Essa distinção entre os públicos suprimida pela universalização do receptor, também é discutida por Umberto Eco quando ele apresenta os três níveis de cultura: alta, média e baixa, como uma forma de adequação do gosto e da linguagem às capacidades receptivas da média (ECO, 1970, p 13). Segundo o autor, a característica dos produtos de massa é a efemeridade porque “os títulos dessas estórias já contém o reclamo publicitário e o juízo explícito sobre o fato preanunciado, e quase que o conselho sobre como desfrutá-las”. Com isso, Eco quer dizer que falta complexidade no conteúdo dos produtos destinados à massa, pois têm significados rasos e não exigem interpretação profunda.

A posição adotada por Ribeiro (2004) também traz como base os pressupostos da teoria da Indústria Cultural acerca do tema. Para os autores [Adorno e Horkheimer] a indústria cultural domina e controla, de cima para baixo, construindo a realidade conforme seus interesses. Diante disso, quanto mais sólidas se tornam as posições da indústria cultural, mais brutalmente esta poderá agir sobre as necessidades dos consumidores, estabelecendo regras, disciplinando-os, ou até mesmo privando-os do divertimento, pois divertir significa estar de acordo em não pensar, em esquecer a dor, mesmo onde ela se mostra. Os consumidores são padronizados, para serem classificados e organizados, sendo reduzidos a meros materiais estatísticos.

O uso da teoria da Indústria Cultural na pesquisa se justifica quando pensamos que a Rede Globo se encaixa nesse padrão de nivelamento do público, exibindo hábitos que na verdade condizem com a realidade de uma

parcela específica da população, que é a classe média do Rio de Janeiro (ALMEIDA, 2003). Veremos a seguir porque surgiu a necessidade de recorrer a outros temas na programação.

Fazer uma análise sobre a televisão é tarefa delicada devido a sua complexidade e a diversidade de gêneros que estão inclusas neste objeto (MACHADO E VÉLEZ, 2007). A dificuldade se prolonga quando se pensa nos novos desdobramentos da telinha, que não se atém somente a definição inicial de que programas de televisão são apenas uma “série sintagmática (seqüência de imagens e sons eletrônicos) que possa ser tomada como uma singularidade distintiva em relação às outras series” (MACHADO E VÉLEZ, 2007, p.3). As características peculiares e a rapidez com que esses novos vídeos se inserem tornam-se relevantes para a programação se distinguem do que já estávamos acostumados.

Desde o início da televisão brasileira, na década de 50, os programas de entretenimento fazem parte da programação. No início das produções de novelas e minisséries, nos anos 70, ocorreu uma mudança na maneira com a qual as pessoas passaram a dedicar seu tempo para a televisão e no seu relacionamento com os meios de comunicação, além de ser nesse período que a telenovela adquiriu o status de programa de maior audiência e sucesso com o público (ARAÚJO, 2000).

Apresentar temas que provocam discussões sobre “tabus” ou retratar mazelas do cotidiano, quase como um reflexo da sociedade brasileira, tem se apresentado como uma prática das emissoras uma vez que gera uma empatia com o espectador. A televisão como o meio de comunicação de massa com maior abrangência, se utiliza então destes problemas sociais para se aproximar do público com uma linguagem branda, colocando em pauta temas polêmicos para os quais a sociedade se volta na atualidade, construindo assim um diálogo e uma interação com a realidade. (ARAÚJO, 2000).

Neste ponto, a publicidade assume papel fundamental no processo, porque a novela retrata diversos ambientes e comportamentos enquanto as personagens reproduzem seus costumes tornando públicos quais os bens de

consumo pertinentes a essa rotina apresentada. Sendo assim, a empatia provocada no receptor, ajuda a transformar um simples telespectador em consumidor daquele mesmo bem/produto. Já o uso de sujeitos de diferentes camadas sociais, faixas etárias e estilos de vida, na narrativa consistem numa das estratégias para atrair diferentes camadas de audiência em termos de sexo, faixa etária, classe social. (ALMEIDA, 2003, p. 31).

Uma vez que tudo faz parte de uma grande estratégia dessa massificação/tentativa de atingir o máximo de pessoas possível, mesmo que de forma superficial, os teóricos da indústria cultural enxergariam essa ação como um grande lapso, pois a intenção dessa indústria seria manter o padrão e a manutenção dos ideais capitalistas, sendo assim “o que interessa é a assimilação neurótica dos consumidores às mercadorias culturais” (RIBEIRO, 2004), haja vista que as atitudes das empresas têm o lucro como grande objetivo.

O papel da mídia quanto a reforçar ou dissolver os estereótipos é uma discussão que se divide em duas vertentes, depende de como é encarada a função que os veículos têm na sociedade. Aqui entra Eco (1970) com Apocalípticos e Integrados, pois o autor define os teóricos nessas duas categorias para explicar as posições contra e a favor da disseminação de conteúdos para a massa e da retenção da cultura e da arte, principalmente entre a classe alta.

Para os Apocalípticos, “a cultura de massa é a anticultura” (ECO, 1970, p. 8), não existe expectativa de progresso nos veículos de comunicação a partir da união ou da massificação da cultura, tornar símbolos de alta cultura acessíveis para a massa, seria um sinal de decadência. Enquanto para os Integrados, “não existe o problema de essa cultura sair de baixo ou vir confeccionada de cima para os consumidores indefesos” (ECO, 1970, p. 9) porque a intenção é produzir conteúdos e atingir o maior número de pessoas, em todos os níveis.

Wolton (2011) surge para indagar até que ponto essa geração de conteúdo desenfreada realmente transmite mensagens à população: a

informação tornou-se abundante; a comunicação, uma raridade. Produzir informações e a elas ter acesso não significa mais comunicar.” (WOLTON, 2011, p 16), ou seja, o autor afirma que o aumento na produção não é mais suficiente para comunicar a todos. Este conflito entre o significado de informação e a comunicação é justamente um dos nós da paz e da guerra do século XXI (WOLTON, 2011).

Já Umberto Eco analisa a importância da televisão neste processo, mas acima de tudo reforça sua principal função, oferecer um serviço, pois “a TV é um instrumento técnico – de que se ocupam os manuais de eletrônica – baseada na qual uma organização faz chegar a um público, em determinadas condições de audiência, uma série de serviços que variam”. (Eco, 1970, p 331).

Porém, o autor reconhece a influência desse mecanismo perante a sociedade, afirmando que a TV “surge como capaz de instituir gostos e propensões, isto é, de criar necessidades e tendências, esquemas de reação e modalidades de apreciação tais que, a curto prazo, se tornam determinantes para os fins da evolução cultural” (ECO, 1970, p. 330).

A linguagem que é usada pela telenovela se mostra bastante relevante por fazer parte da composição das três grandes categorias da informação: oral, imagem e texto (WOLTON, 2011), e por ter o dever de chamar atenção dos telespectadores, principalmente nos intervalos da novela, pois se durante a programação existe facilidade de se dispersar, a probabilidade é maior ainda quando existem várias pessoas no recinto, portanto as propagandas entre os blocos têm que ser atraentes (ALMEIDA, 2003).

O papel da mídia neste caso é a produção de desejo e satisfação dos sentidos a partir de um conjunto de códigos para impactar e produzir sentidos, qualificando gostos e utilizando suas ferramentas técnicas para gerar emoções no público. Essa lógica permite associar o ócio do consumo à busca pelo prazer, que é encontrado na exibição de figuras femininas, com esse caráter sedutor, muitas vezes com a finalidade de aproximar telespectadores dos produtos ofertados.

A televisão é um jeito de se atingir milhões de receptores através de mensagens sutis, carregadas de significados, levando em conta alguns marcadores que contribuem para a interpretação de cada contexto, usando dos conceitos apresentados por Ferrés,

Tende-se considerar que o mais influi da televisão são os discursos, enquanto que a televisão influi principalmente desde os relatos. Tende-se a pensar que os telespectadores são influenciados fundamentalmente desde a razão, quando na realidade são influenciados primordialmente desde as emoções. Pensa-se que da televisão só podem influir aquelas comunicações das quais se é consciente, enquanto que os efeitos principais da televisão são inconscientes, despercebidos/inadvertidos. (1998, p 13)

O autor considera que se cometem equívocos em relação à lucidez do homem, são eles: ser livre, ser racional, ser consciente e objetivo. Para ele esses mitos “impedem a tomada de consciência da complexidade da experiência de ser telespectador” tornando o indivíduo_incapaz de perceber a real dimensão dos efeitos da televisão. É engano pensar que ser livre tem a ver com a coerção física enquanto existe todo um jogo psicológico/imagético de poder que modela nossos desejos e dá a falsa impressão de que não cometemos certas atitudes porque não queremos, quando na verdade nos impuseram esse limite ou preferências. Ferrés (1998) busca comprovar que a emoção prevalece sobre a razão nas decisões do ser humano e que isso também reflete na forma como a comunicação vem sendo realizada.

Portanto, a televisão adquire um nível de importância essencial, uma vez que se trata de um dos maiores instrumentos de socialização⁴, possui grande espaço na casa das pessoas e são dedicadas muitas horas do dia para esse passatempo. Por conta desse fator e de sua abrangência, muitas vezes, é o ambiente que oferece as primeiras definições de lugares, política e comportamento, inclusive através dos personagens das telenovelas.

⁴ Por definição socialização é “processo através do qual os indivíduos aprendem e interiorizam as normas e os valores de uma determinada sociedade e de uma cultura específica. Esta aprendizagem permite-lhes obter as capacidades necessárias para desempenharem com êxito o seu papel de interacção social”. Disponível em: <http://conceito.de/socializacao>

Ao falar de televisão brasileira na atualidade, não se pode deixar de citar “o elemento que marca todas essas fases estabelecidas por Caparelli e Lima, a telenovela” (MALCHER, 2010, p. 90). Mais do que um gênero televisivo de ficção seriada, a telenovela tem papel fundamental na formação do sistema televisivo que o Brasil tem hoje, juntamente com a Rede Globo, que desde os primeiros anos de audiência investiu na construção de uma teledramaturgia nacional, tornando-se referência no Brasil e no mundo (MALCHER, 2010, p. 90).

2.1 HISTÓRICO DA REDE GLOBO

A Rede Globo de Televisão foi fundada 15 anos após a implantação da TV no Brasil, após as instalações já existentes em Porto Alegre, Belo Horizonte e Brasília. A emissora recebeu a concessão do governo federal em dezembro de 1957, mas levou oito anos para se estruturar e a primeira transmissão foi ao ar em abril de 1965, um ano depois do golpe militar (MELO, 1988, p 13).

No início demorou um pouco para emplacar sua programação, apesar da “imagem boa, filmes interessantes, operação quase perfeita, mas nada de alcançar sucesso popular” (MELO, 1988, p 14). A expansão do público teve início quando a emissora fez a cobertura de uma inundação no Rio de Janeiro com uma abordagem diferente, colocando as câmeras nas ruas para entrevistar a população, promovendo uma campanha para auxiliar aos desabrigados, que levou uma multidão à porta da emissora para fazer doação de donativos aos atingidos pela enchente. A partir daí passou a receber a simpatia da população e teve aumento nos índices de audiência.

O crescimento nos níveis de audiência aconteceu simultaneamente ao escândalo político no qual o senador João Calmon e o deputado Carlos Lacerda denunciaram o envolvimento da Rede Globo com a empresa norte-americana Time-Life. A constituição brasileira proibia a participação de empresas estrangeiras nas atividades de comunicação de massa (Melo, 1988), porém o governo fez vista grossa no início e depois a emissora completou o processo de nacionalização sob pressão do governo militar. O contrato terminou em 1969, enquanto a dívida da Rede Globo com a Time-Life só foi encerrada em 1975.

Contudo, a Rede Globo se beneficiou de todas as tecnologias e moldes da Time-Life para estruturar até o prédio de sua sede, além dos treinamentos e do intercâmbio de funcionários, equipes que foram treinadas fora do país e profissionais “importados”. Após o processo de nacionalização, passou a usufruir da infra-estrutura da EMBRATEL (Empresa Brasileira de

Telecomunicações), sempre prezando pela qualidade técnica de seus produtos, acabou disparando em audiência em relação às concorrentes.

Em 1988, a Rede Globo tinha abrangência predominantemente urbana, atingindo 69,18% dos telespectadores residentes em cidades e 82% dos que viviam na zona rural, além de cobrir 98,17% do território nacional, ou seja, 3.918 municípios brasileiros (MELO, 1988). Em pesquisas realizaada em 2011 apresentada por Dourado, os dados mostravam que a emissora está presente em 98, 44% do território nacional com 5.564 cidades contempladas. Atualmente, 5 anos depois, segundo Atlas de Cobertura⁵ da própria emissora, seus sinais de transmissão estão alcançando a 5.570 municípios brasileiros. O que ilustra a dimensão do potencial da cobertura da Rede Globo e justifica a escolha da autora em realizar a pesquisa com essa instituição.

2.2 GÊNEROS TELEVISIVOS, NOVELAS E VINHETAS

A televisão recorre aos diversos gêneros que subdividem a programação em categorias de acordo com os padrões linguísticos e as normas nas quais seu discurso se insere. Os gêneros não-literários são abordados de diversas maneiras, portanto a discussão acerca do tema é bastante ampla. Segundo Charaudeau (2010), é possível observar três situações que caracterizam o gênero, apesar de todas apresentarem um ponto crítico. São eles: a recorrência lingüística, porém muitas características não são explícitas; o modo discursivo, porque os textos também podem ser polidiscursivos; e por último, pelas suas funções, que podem ser: emotiva, conotativa, fática, poética, referencial e metalingüística.

Para o autor, a situação da comunicação acontece quando a linguagem é fruto de uma estrutura social e se esta é compartilhada por ambas as partes, o contrato de comunicação está formado. Contudo, o ato da linguagem é uma

⁵ Disponível em: <http://comercial2.redeglobo.com.br/atlasdecobertura/Paginas/Totalizador.aspx>

das práticas sociais que contribuem para instaurar as regularidades discursivas.

Segundo a definição de Duarte (2007), os gêneros são “categorias discursivas e culturais que se manifestam sob a forma de subgêneros e formatos”, a autora apresenta então três espaços pelos quais circulam essa definição – metarrealidade, suprarrealidade e pararealidade – cada um se refere a uma relação entre espaço e reprodução da realidade. A metarrealidade tem um compromisso com o real, nele estão contidos todos os produtos jornalísticos, que prezam pela fidelidade aos acontecimentos; é na suprarrealidade que se encontram as telenovelas, séries e seriados, os produtos baseados na verossimilhança com o real, porém acontece a suspensão das crenças, constituindo uma realidade que se submete a comparação ao ‘mundo real’ mas com elementos fictícios e por fim, a pararealidade diz respeito aos ambientes criados de acordo com as próprias regras de uma emissora, por exemplo, reality shows, fator relevante e que incorpora a discussão sobre os gêneros televisivos.

Essas classificações não são suficientes para definir a abrangência do termo gênero, pois é mais do que um conjunto de normas, procedimentos e regras, tanto que acaba conferindo a elas características de estratégias de comunicabilidade. Sendo assim, é possível fazer relação com os conceitos de Eco (1970), quando o autor afirma que a televisão é capaz de interferir nas preferências, além de instituir gostos e necessidades no seu público através de suas ferramentas, que nada mais são do que o gênero televisivo que vai se adequar ao público alvo daquele momento.

Devido a essa preocupação com o público alvo, as emissoras que precisam lidar com a massa diariamente necessitam construir uma posição para a empresa a partir desse público alvo pré selecionado, e por conta das exigências desse grupo, precisa incorporar alguns recursos até repetitivos. Como Wolton apresenta: “A diversidade dos receptores torna caducas as teorias dominantes. O aumento da circulação de informações, sempre mais

rapidamente e da maneira mais igualitária, não aumenta a comunicação e a compreensão.” (WOLTON, 2011, p. 15)

A partir da concepção dos autores citados até aqui, é possível entender que a televisão, apesar de tentar uniformizar o público receptor, ainda não consegue usar uma mensagem que seja útil para todas as camadas. Pelo contrário, percebe-se assim que é preciso segmentar porque, tecnicamente, os públicos não têm as mesmas condições de interpretar as mensagens.

Segundo Malcher (2010), a palavra entretenimento “possui significados ligados ao divertimento, à distração e ao passatempo”, e em diversos momentos da humanidade, essas ações foram associadas ora à elite e ora ao popular, conflito que ainda permeia as discussões até mesmo entre teóricos da área. No entanto, a função massificadora da televisão tenta oferecer o entretenimento de forma igualitária tanto para pessoas da classe A quanto para pessoas da classe C.

A palavra entretenimento é constantemente atrelada ao popular, expressão que remete a algo com menos valor, logo, também recebe cargas pejorativas. “Popular” é um conceito multifacetado passível de inúmeras interpretações, mas que é um dos conceitos-chave para a compreensão dos fenômenos atuais que envolvem o processo de comunicação humana. Segundo Malcher, o conceito de entretenimento foi explorado em poucos estudos no país talvez em função do preconceito vigente no meio acadêmico. Porém, não dá para negar a sua dimensão econômica ao ver o quanto de dinheiro é movimento pelas indústrias com o uso de produtos audiovisuais que se encaixam nessa categoria (MALCHER, 2010).

Apresentar a definição de telenovela e a distinção entre os gêneros comunicacionais se torna relevante para entender as particularidades e o comportamento que cada um adota, tendo em vista que buscam atingir públicos diferentes. Como neste trabalho será realizada uma análise de vinhetas de abertura exclusivamente das novelas da Rede Globo num período pré-estabelecido, é interessante destacar as diferenças entre esses segmentos e ressaltar as características do objeto de pesquisa.

Analisando através das teorias da comunicação e em especial, os estudos realizados por Umberto Eco, existe uma preocupação por conta do emissor com a interpretação do receptor e todas as mensagens destinadas a públicos específicos possuem tratamentos distintos, devem considerar principalmente a ideologia de quem vai interpretar esses códigos. O autor entende também que essa mensagem pode estimular uma mudança no quadro de referência cultural do receptor (ECO, 1970). É importante salientar que por ideologia, o autor compreende o sistema de expectativas que o receptor possui, além de seu quadro de referências, que vai interagir com a mensagem e determinar a escolha do código escolhido para decodificá-lo.

Os produtos de ficção são como um contrato estabelecido entre o autor e o leitor da obra, no qual o leitor deve saber que a história que está sendo narrada é fictícia, mas encará-la como se fosse real enquanto o autor deve fingir dizer a verdade. O motivo pelo qual as pessoas recorrem a histórias irreais, seja na infância ou na fase adulta, é a “função consoladora” dessas narrativas que dá suporte para uma fuga da realidade naquele momento em que se tenta fugir da ansiedade provocada pelo desejo de se expressar para o mundo. (Eco *apud* Malcher, 2010, p. 95)

É por essa razão também, que não se pode negar que “as narrativas, sejam elas escritas, visuais ou audiovisuais, em textos tradicionais ou contemporâneos, são formas de representação social” (MALCHER, 2010, p. 95) porque elas têm o papel relevante de demonstrar o comportamento e a busca pela formação de uma identidade cultural da sociedade através da contação de histórias, independente da narrativa utilizada. Portanto, vê-se que a televisão e a telenovela, recorrem a essa prática, inclusive para se aproximar do receptor quando retrata a sua realidade:

A popularidade da ficção televisual no Brasil começou quando as novelas descobriram a realidade brasileira e a desvendarem em capítulos diários oferecidos para o deleite e distração do público telespectador. Acostumado a consumir produções romanescas importadas (principalmente os filmes e séries norte-americanos) e só tomar contato eventual com valores da cultura brasileira através do teleteatro (geralmente erudito e, portanto, inacessível ao gosto e à compreensão da maioria), os usuários da TV ficaram fascinados com a possibilidade de exercitar a sua fantasia cotidiana através de

produções artísticas em que podiam reconhecer-se e ao seu meio ambiente (MELO, 1988, p. 49)

Como produto cultural, as novelas produzidas pela Rede Globo possuem características singulares em relação às demais, constituindo um perfil peculiar, com cinco fatores relevantes, sendo eles: destinar-se a um consumo indiscriminado, ou seja, oferece entretenimento inclusive para os iletrados; a aceitação do mercado através de pesquisas de opinião; a atualização dessas pesquisas, uma vez que o público muda ao longo da novela, torna-se necessário que ele seja consultado mais de uma vez para que se possa analisar os níveis de aceitação; preservar o ritmo industrial das produções, sendo considerando o valor estético, mas sem desviar do serviço dramaturgico; e por fim, não transmitir algum conceito de forma isolada, sempre estabelecendo uma relação com as referências do telespectador (MELO, 1988, p. 31).

Essas características permitem visualizar que a massificação descrita outrora acaba reduzindo o público aos indivíduos sem escolaridade, ou seja, de classes inferiores, ao mesmo tempo que mantém a preocupação com os diversos telespectadores, pois ao longo das novelas, também é possível identificar alteração nos níveis de aceitação entre as camadas sociais.

Com o objetivo de reter maior abrangência para as suas novelas, a emissora também se baseia em três pilares capazes de viabilizar “a identificação e a participação do conjunto dos telespectadores”, muitas vezes, de classes sociais distintas. Esses elementos são: uma linguagem coloquial, de fácil entendimento para todos os receptores - mas contribui para a diferenciação de classes; personagens de classe média (representando um padrão mediano de comportamento ou de status desejável) e o mito da ascensão social. (MELO, 1988, p. 52).

Um fator diferencial das novelas brasileiras é a produção e o investimento nas vinhetas de abertura, objeto de pesquisa do presente trabalho. A noção de moldura e da necessidade de algum símbolo que indicasse o início e o término de obras (plásticas/visuais/textuais) aconteceu na década de 70, a partir das reflexões de Iuri Lotman, (BALOGH, 2015).

Posteriormente, com a massificação da TV se faz mais urgente a criação de algo que fosse útil para os seus moldes, de acordo com o que já estava sendo produzido: “As culturas massivas, como a televisão, dada a sua onipresença nos lares dos espectadores, demandam talvez de forma mais impositiva que outras manifestações, a existência dos elementos demarcadores apontados pelo pensador”. (BALOGH, 2015, p. 46).

Outros autores, inclusive Eco, apresentam uma definição sobre o termo janela, que originou a ideia de moldura, como algo primordialmente retangular para deixar bem marcado a noção de fora e dentro dos espaços. Analogia presente na produção dos vídeos de abertura. São momentos que delimitam o período de espaço e tempo das novelas durante seu horário de exibição. Sem contar o diálogo com Duarte (2007) e sua classificação da novela como parte da suprarrealidade discursiva por causa dessa brincadeira com a passagem de um plano real para um mundo imaginário que, neste caso, está dentro da programação e é apenas a indicação de quais blocos pertencem ou não àquela chamada. Haja vista, a existência da vinheta de abertura e de encerramento, “as aberturas constituem um belo convite audiovisual para o público adentrar o mundo da imaginação e representam um diferencial na produção televisiva brasileira” (BALOGH, 2015, p 47).

Com o fluxo contínuo de produções para a TV, se tornou necessário demarcar essas distinções entre os produtos, principalmente na televisão aberta. Razão esta do significativo aperfeiçoamento e avanço tecnológico das vinhetas televisivas, a ponto de que sua elaboração tenha gerado um departamento específico em emissoras como a Rede Globo (BALOGH, 2015, p. 48).

O conceito de vinheta foi apresentado primeiramente em estudos italianos, por Omar Calabrese, no ano de 1984, com a definição de um conteúdo audiovisual que daria início e encerraria um programa, além de retornar entre a separação dos blocos para lembrar o telespectador que ele está ligado num determinado programa de um determinado canal.

O fenômeno da paraserialidade resume o fato de que o vídeo não precisa necessariamente fazer parte do que vai ser exibido, mas ele “representa uma espécie de bula de leitura da série”. Ou seja, os elementos visuais que ele traz, não precisam fazer parte da narrativa da história, mas servem como indicadores do que será tratado no conteúdo da série. Existe então esta contradição entre a capacidade de síntese da vinheta, considerada uma tentativa de condensar um conteúdo, que será apresentado de forma extensa ao longo da narrativa completa (BALOGH, 2015, p. 49-51) e ao mesmo tempo essa liberdade poética para criar alguma narrativa que retrate o assunto, mas de forma sutil e até mesmo subjetiva.

3 DISCUSSÃO SOBRE GÊNERO NA COMUNICAÇÃO

É fundamental iniciar este capítulo fazendo uma distinção entre sexo e gênero: o primeiro é considerado classificação biológica que difere machos e fêmeas a partir da genitália, enquanto o gênero é formado por “construções sociais, culturais, psicológicas que se impõem sobre essas diferenças biológicas” (PISCITELLI *apud* SHAPIRO, p 50).

O capítulo busca fazer uma breve explanação a respeito da expectativa social da figura feminina e tenta identificar o momento em que ela passa a ser vista como sujeito, considerando como a televisão teve influência nesse processo, delimitando os espaços designados a ela e/ou sugerindo certos comportamentos.

Um dos fatores que impulsionou o início do feminismo, foi a teoria de classes, que proporcionou o *insigth* das mulheres sobre o tratamento que recebiam em relação aos homens, dando início a luta por igualdade. Durante o século XX, no contexto pós-guerra, com a Europa em crise, e sérios índices de queda de natalidade, houve a ascensão dos estudos de gênero, principalmente na década de 70, as mulheres passaram a se organizar e lutar para que a sociedade deixasse de condicioná-las a ter um papel doméstico, para garantir que elas transitassem em outros espaços além do ambiente privado (MURARO, 2001).

A questão espacial e geográfica também exerce influência direta na formação do sujeito a partir das situações pelas quais ele passou. Portanto, existem diferenças consideráveis no perfil dessas mulheres para as mulheres brasileiras da mesma época. O movimento feminista acontece e toma formas diferentes em diversas partes do mundo, mas é importante salientar que neste trabalho a questão será abordada a partir da produção americana e latina: “Se faz importante ressaltar que as concepções de gênero se diferenciam de acordo com os marcadores de cada sujeito, contexto, de acordo com as sociedades” (CARNEIRO e FERREIRA, 2014).

Percebe-se então que a luta retratada durante o século XX foi a das mulheres brancas, pois o movimento feminista negro surgiu após o rompimento

dos movimentos sufragistas nos EUA. As mulheres não queriam aceitar que o voto masculino dos negros fosse concedido anteriormente ao delas, e por conta disso, as mulheres negras começam a se unir pelos direitos de seu povo e por melhores condições de trabalho, pois a maioria ainda atuava como empregada doméstica sob condições de trabalho insalubres que pouco se diferenciavam da escravidão (DAVIS, 2013).

É possível usar o pensamento de Carneiro e Ferreira para apresentar de que forma os estudos de gênero estavam se formando no nosso país:

No Brasil, nos anos 80, o termo gênero começa a ser utilizado, sendo amplamente usado posteriormente e passa a ser compreendido como elemento constituinte da identidade das pessoas. Entendendo identidade com base em perspectivas críticas dos Estudos Feministas e Culturais, sujeitos que possuem identidades plurais, contraditórias, portanto, as identidades estão sempre em construção, não são dadas, fechadas ou fixas, fazem movimentos. Desse modo, identidades são aqui compreendidas uma eterna construção que se dá pautada nos marcadores, suas articulações e agenciamentos (CARNEIRO e FERREIRA, 2014, p. 1425)

O período ao qual este dado se refere, indica a terceira década da televisão no Brasil, considerando seu início nos anos 50. Ou seja, são 30 anos de representação feminina a partir de uma visão recortada do que deveria ser a sua identidade. A construção da feminilidade é muito reconhecida pelo fato de possuir dimensões marcadas de raça e classe, mesmo que esses fatores, assim com o gênero, não sejam reconhecidos. Deveria ou poderia ser um processo mais orgânico, respeitando as individualidades e até mesmo os marcadores sociais aos quais as mulheres são submetidas a respeitar em sua trajetória de vida. Como Butler questionara: “Ser mulher constituiria um “fato natural” ou uma performance cultural, ou seria a “naturalidade” constituída mediante atos performativos discursivamente compelidos, que produzem o corpo interior das categorias de sexo e por meio delas?” BUTLER (2003, p. 8)

A provocação dialoga com a proposição de Piscitelli (2002, p. 55), quando a autora se baseia em Donna Haraway, para afirmar que o binarismo macho versus fêmea, vem da noção biológica de divisão dos sexos, mas que o gênero se define pela imposição de comportamentos a fim de delimitar a posição social desses sujeitos,

Este estilo de pensamento tem conseqüências na maneira de compreender o gênero. As diferenças biológicas são localizadas na natureza e pensadas como um dado objetivo inquestionável — o sexo dado como fato pré-cultural, que tanto irrita a Haraway — que informa uma série de atributos morais que não tem relação direta com a Biologia. Estes, pensados como variáveis, são remetidos ao plano da cultura.

É visível que os estudos de gênero são interseccionais justamente porque a perspectiva feminista traz essa concepção de que é necessário reposicionar as mulheres em diversas áreas. Portanto, a presença dela em vários campos se torna fundamental para desconstruir a noção de mulher/natureza x homem/cultura e permitir que ela transite em outros espaços (PISCITELLI, 2002).

Nos diversos campos das ciências humanas, as questões de gênero se tornam essenciais para interagir com a própria cultura. Uma vez que os estereótipos variam quando a historicidade e contexto do objeto são considerados, sendo assim, a televisão é muito responsável pela transmissão dessas noções.

3.1 O PAPEL E A RESPONSABILIDADE DA MÍDIA

Até a metade do século XX, a mulher ainda era vista como mãe e dona de casa, mas também era utilizada pela mídia numa posição sedutora para atrair os homens. As novelas percebendo a tendência de mudança social em relação às elas, como a representação constante dos arquétipos de mãe x amante, teve que alterar os temas que se referiam ao mundo masculino para além de corpos femininos, atribuindo seus interesses também para esportes, jogos e lazer.

A mulher é ensinada a se portar de maneira tranqüila, enquanto os homens desde pequenos são incentivados a serem radicais. Há pesquisas que indicam diferenças entre as propagandas para meninos e para meninas, e denunciam a diferença no tratamento formal que os dois sexos recebem (FERRÉS, 1998, p 225).

Após o início das discussões sobre gênero, durante os anos 70, começou o questionamento sobre os modelos femininos mostrados na mídia, com a crítica de que não corresponderiam às mulheres reais (ALMEIDA, 2003). Só em meados dos anos 80 que a transição de comportamento na mídia foi se tornando mais visível (RIBEIRO, 2004).

O que não significa que esse processo aconteceu rapidamente, pelo contrário, ainda está em andamento, mesmo que para a mulher negra os lugares sociais ainda se mantenham como: cozinha, afeto e cama. No século XXI, ainda podemos observar produções midiáticas que contribuem e propagam este papel subalterno da mulher e “nesse contexto, torna-se importante entender como a mídia se articula com relação ao universo feminino e como isso se reflete na sociedade moderna” (RIBEIRO, 2004, p. 2).

Kabengele Munanga fala sobre como a ausência ou a má percepção de referências interfere negativamente no processo de construção da identidade:

A identidade é parcialmente formada pelo reconhecimento, percepção dos outros sobre esta, o que significa que uma má percepção dotada de preconceitos e valores negativos, possivelmente, gerará prejuízos à identidade. A partir do momento que um grupo ou a sociedade de um modo geral imprimem uma imagem limitada e depreciativa de uma pessoa, essa pessoa poderá ter também uma imagem deformada de si, o que inclui questões relacionadas à inteligência, beleza, envolvendo diretamente a auto-estima. (MUNANGA, 2003 *apud* FERREIRA e CARNEIRO, 2014)

Segundo discussão vista anteriormente pelo referencial teórico, a televisão age através dos estímulos audiovisuais. Sendo assim, os produtos possuem responsabilidade por transmitirem ideais, porém muitas vezes reproduzem estereótipos negativos ao exibir representações de determinados grupos de maneira inferiorizada, estimulando a visão de mundo do público que não necessariamente condizem com a realidade.

Ferrés (1998) diz que “a influência da televisão não provém tanto de sua incidência sobre a razão como de seu apelo à emotividade” (1998, p. 14), o que não condiciona a liberdade das pessoas, mas as seduz sem que percebam estar sob essa influência. Ou seja, as imagens não precisam ser necessariamente agressivas, mas elas contribuem e induzem o telespectador a absorver a mensagem por trás daquela figura.

Mazer (2013) se propõe a discutir as impressões do corpo feminino na imprensa e levanta dados que mostram como a imagem projetada da mulher na mídia historicamente é definida por homens e como isso provoca conflitos nas mulheres por se sentirem pressionadas a se parecer com aquele ideal de físico ou de indumentária que é veiculado.

Fica evidente a importância da discussão acerca da mídia e da sub-representação de gênero. A mulher tem sua imagem exibida nos anúncios e na televisão de forma a desconsiderar o seu papel como sujeito, naturalizando a sua objetificação ou o uso da sua figura de forma decorativa: “No cotidiano brasileiro, o corpo feminino, e exclusivamente este, é exposto exaustivamente, sempre no sentido decorativo, limitando as percepções sobre o indivíduo mulher. Até mesmo a definição de corpo feminino é limitada” (Mazer, 2013, p 8).

A partir dessa descoberta, se faz importante definir estereótipos para retratar de que forma essa padronização das mulheres ocorre:

Os estereótipos são representações sociais, institucionalizadas, reiteradas e reducionistas. São representações sociais porque pressupõem uma visão compartilhada que um coletivo social possui sobre outro coletivo social. São reiteradas porque são criadas com base na repetição. (FERRÉS, 1998, p 135).

Ou seja, o que a imprensa e a mídia - composta majoritariamente por homens em cargos dirigentes - fez ao longo dos anos, foi retratar esses comportamentos socialmente aceitos como femininos através da repetição de personagens submissas, usando certas cores exclusivamente para um gênero e para o outro não, reforçando que meninas devem usar rosa e os meninos devem usar azul, por exemplo, que são reforçados inclusive nos espaços educacionais. Portanto, existe uma repetição de discursos que interferem ou julgam a maneira com que as mulheres devem agir, justamente para que elas permaneçam no âmbito privado das relações.

Se todas essas exigências e imposições já eram feitas sobre o comportamento das mulheres brancas, que mesmo sendo pouco, ainda assim tinham um papel social reconhecido, para as mulheres negras, antes e principalmente depois do período escravocrata a situação era ainda mais

delicada. É possível observar que a pressão social acerca da sua conduta, o seu papel subalterno nas classes sociais da época e a hiperssexualização ainda permanece na subjetividade das personagens negras que aparecem na mídia inclusive no século XXI, período analisado no corpus deste trabalho.

3.2 A REPRESENTAÇÃO DO NEGRO NA TELEVISÃO

A questão histórica, no Brasil, certamente é um fator bastante relevante para compreender as relações aqui existentes, o país sofreu influência direta das teorias racistas, além dos quase 300 anos de escravidão. O racismo científico⁶ foi bastante difundido em meados do século XIX e se justificava aliando aspectos físicos aos culturais e relacionava cor da pele à conduta (MUNANGA, 1988), o que ajudou a difundir vários dos preconceitos que permanecem enraizados no imaginário popular, como explica Araújo (2000, p. 71):

os negros são representados através dos estereótipos negativos, que reafirmam o imaginário construído no período escravocrata, do negro como classe subalterna. Esses estereótipos são lugares-comuns que ocorrem com a utilização dos atores negros em papéis de serviços nas telenovelas, nos comerciais e nos programas cômicos.

Com isso, acredita-se que a forma com que os negros são retratados nas telenovelas poderia contribuir para reforçar esses ideais. É necessário que se considere o impacto dessa representação na construção da imagem que os brancos fazem do negro e que estes fazem de si mesmos.

A discussão sobre a auto-imagem dos negros e a visão que os não-negros têm de pessoas de cor não recebe atenção na mídia, principalmente

⁶ “Os homens sempre criaram teorias que pudessem justificar a exploração de uma camada da população sobre a outra. Era o caso da escravidão da guerra ou de castas sociais intransponíveis. As teorias bioantropológicas surgiram neste contexto de legitimação do poder mediante a criação de uma lógica de diferenciação de grupos pautadas nas ciências biológicas e antropológicas.” (MATOS) Disponível em: http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=7448

por conta do mito da democracia racial⁷. A mídia baseia seus produtos nessa crença, afirmando não haver essa disparidade entre personagens e que a escolha de uma ator/atriz para fazer um papel relevante para a trama não é uma decisão influenciada por causa de seu tom de pele.

Em seu livro *Não Somos Racistas* (2006), Ali Kamel, diretor de jornalismo da Rede Globo, defende que, “Ainda somos uma nação que acredita nas virtudes da nossa miscigenação, da convivência harmoniosa entre todas as cores e nas vantagens, imensas vantagens de sermos um país em que os racistas, quando existem, envergonham-se do próprio racismo” (KAMEL, 2006, p 40).

O autor não acredita na existência do racismo brasileiro e apresenta argumentos a fim de mostrar que a discriminação não é realidade no país, além de proferir críticas explícitas ao movimento negro. Esse pensamento reflete diretamente na roteirização, edição e representação das personagens negras existentes na emissora, uma vez que para o principal dirigente o racismo não passa de reclamações de um movimento social, ele continua exibindo pessoas negras de uma forma estigmatizada, presente no censo comum ao invés de reconhecer o talento e dar oportunidades iguais para artistas negros e não-negros.

O silêncio e a ausência de na telinha não isenta a emissora, pelo contrário, demonstra um posicionamento de exclusão e ‘cegueira’ para um assunto tão sério. Grandes órgãos de comunicação possuem mecanismos de fuga do debate racial (RAMOS, 2002), tendo em vista que se um líder da empresa, que possui autoridade para engendrar ou fomentar os debates tem esse posicionamento afirmando que “a nossa miscigenação (...) não é a nossa chaga, mas a nossa principal virtude” (KAMEL, 2006, p. 19) torna-se enevoadada uma visão de futuro otimista. Em contrapartida, as possibilidades acessíveis

⁷ “A crença de que no Brasil não existem conflitos raciais é o resultado da difusão do conceito de democracia racial, principalmente a partir da segunda metade do século XX. O sociólogo Gilberto Freyre, que em 1933 publicou a obra “Casa Grande e Senzala”, é considerado um dos principais difusores da ideia de que no Brasil brancos e negros mantêm relações pacíficas e harmoniosas – embora nunca tenha adotado explicitamente este conceito, mas apenas usado uma expressão sinônima, “democracia étnica”, em 1944, segundo o professor de sociologia Antonio Sérgio Alfredo Guimarães, da Universidade de São Paulo (USP).” Disponível em: <http://pre.univesp.br/democracia-racial#.V4eFINrLIU>

de mudança nos produtos podem acontecer com respaldo estatal, enxergando perspectivas melhores a partir de políticas públicas, como a perda de direito de exibição e retratação em casos de racismo.

Quanto mais as pessoas dispõem seu tempo (e tempo é dinheiro, para alguns) para as mídias televisivas, proporcionalmente é o contato com determinadas visões morais e de mundo, no caso do Brasil, o contexto colonial deixou suas marcas no modo de pensar as relações humanas. A própria história mostra como as relações de poder na época da escravidão se davam a base de opressões e violência sofridas pelos escravos (inclui-se nessa lista negros e índios).

A contribuição de povos tão distintos na formação do país gerou uma grande variação de fenótipos e essa diversidade, tanto cultural quanto estética, deve e merece ser reconhecida, porém não se pode passar por cima do fato de ter sido uma sergrande exploração. Sem falar da violência sofrida pelos povos escravizados entre os séc. XV e XVIII e os escravos sem dignidade no novo mundo, que era o Brasil, em tempos de descobrimento.

Bento (2002) salienta que o embranquecimento é analisado comumente como um problema da população negra, em temas como ascensão social, casamentos inter-raciais ou até alterações corporais e estéticas. Entretanto, pode-se pensar que existe um desejo de “europeização” da elite branca, aspirando aproximar-se do europeu ou norte-americano, o que consiste em uma busca por embranquecimento, e isso revela que não apenas as pessoas negras sentem-se desconfortáveis com sua condição racial (CARNEIRO e FERREIRA, 2014).

É inegável que o fenômeno do embranquecimento⁸ e a valorização dos padrões europeus se apresentam na sociedade, não só para quem sofre com os efeitos do racismo por ter a pele escura , mas entre as pessoas brancas

⁸ A miscigenação aparece como uma única saída para resolver o grande “dilema” que se impõe: como construir um projeto de nação respeitável num país onde a maioria da população está condenada ao atraso, conforme as teorias científicas raciais? A ordem, portanto, era injetar o “sangue branco” e cada vez mais branquear a população[...]. O ideal de branqueamento é, portanto uma ideologia nativa, nascida na pós-abolição, com seus pretextos notadamente racistas foram compartilhados pela intelectualidade nacional, presente nas obras de inúmeros e influentes pensadores, juristas, políticos e escritores brasileiros. (OLIVEIRA, 2008)

também é perceptível a vontade de se aproximar de valores estéticos que são tão distantes dos frutos que essa a miscigenação provocou no país.

Haja vista que as pessoas são impactadas pelo que existe no imaginário dos outros em relação a elas, pode-se afirmar que o racismo que a mídia brasileira influi na conduta da sociedade e vice-versa. Segundo Leitão (2002, p. 42),

A mídia é racista porque o país é racista. A mídia sempre reflete o país. E nós optamos pela pior forma de racismo, o da invisibilidade. É como o país tem vivido desde o fim da escravidão: nós decidimos não ver o problema. Nós repetimos várias mentiras ao longo dos últimos 100 anos. E é impressionante como essas mentiras permanecem vivas.

O fato da TV mostrar uma porcentagem baixa de atores e atrizes negras contribui com a ideia de que o país não é racista somente por causa da presença dos negros, porém o papel atribuído aos negros que tem a oportunidade de alcançar esse nível profissional não representa de fato as pessoas negras que consomem esses produtos e em muitas vezes os coloca em posições de inferioridade, contribuindo com o imaginário racista. O protagonismo é majoritariamente de personagens brancos, e para a contratação de pessoas negras ainda é levado em consideração um modelo estético de aceitos pela mídia.

Nas telenovelas com temática abolicionista, por exemplo, a maioria dos atores e atrizes negros têm traços mais finos e próximo ao padrão de beleza eurocêntrico. Esse conteúdo, além de explorar as lutas do período escravocrata de maneira superficial, não valoriza a contribuição da cultura afro-descendente, mas continua colocando brancos em papéis de superioridade e de domínio sobre os negros:

Nas novelas que tinham como fundo a temática da escravidão, que se tornaram um sucesso internacional, um grande filão de mercado, principalmente depois de “Escrava Isaura” ter sido vendida para 67 países, foram oferecidos muitos papéis de escravos, pois a TV Globo percebeu que a temática da luta contra a escravidão, a luta por liberdade, era uma temática muito forte, muito vendável (ARAÚJO, 2002, p 64).

A cultura e a luta dos escravos se resumiram a um produto por conta das heranças colonialistas que formaram a própria televisão. Inúmeras novelas permaneceram explorando os fatos acerca deste período histórico do país.

Porém, ao fazer uma análise crítica, entende-se que roteiros com essa temática podem vir a ser um reforço do papel subalterno do negro na sociedade, além de sujeitar os atores e atrizes a interpretar o mesmo sofrimento e humilhação que os escravos viveram.

Kamel (2006) tenta mostrar que na literatura, o livro “Casa grande e Senzala” do autor Gilberto Freire, afirma que é positivo valorar esse período histórico, que favorece a sociabilização dos negros na sociedade porque entende e aprecia a sua contribuição na formação da identidade do país:

No debate com o pensamento majoritário de então, o que Freyre fez foi resgatar a importância do negro para a construção de nossa identidade nacional, para a construção da nossa cultura, do nosso jeito de pensar, de agir e de falar. Ele enalteceu a figura do negro, dando a ele sua real dimensão, sua real importância (KAMEL, 2006, p 19).

Essa afirmativa pode ser interpretada a partir da concepção de que “a real dimensão do negro” seria sim a senzala⁹ porque nas histórias apresentadas no livro e no retrato que as novelas fazem, os negros permanecem em papéis subalternos e de inferioridade, além de exaltar a agressão e a violência exercida no período da escravidão.

Ao afirmar que enaltecer agressões sofridas pelos escravos e que esse conteúdo dá ao negro a sua real dimensão dentro da história do país, subentende-se que ele acredita na permanência do negro nessas posições e menospreza sua capacidade intelectual, além de não valorizar a sua contribuição dentro da cultura do Brasil.

3.2 A MULHER NEGRA NA TELEVISÃO

⁹ As senzalas eram alojamentos utilizados por senhores de engenho como abrigo para seus escravos. [...] não possuíam divisórias e os seus “habitantes” se viam obrigados a dormir no chão – quase sempre de terra batida, em alguns locais, com palha. [...] Abertas até as dez horas da noite para convívio, ao som de uma espécie de campainha as senzalas eram trancadas e somente reabertas no dia seguinte, uma hora antes do início das tarefas diárias. Definição disponível em: <http://www.historiabrasileira.com/escravidao-no-brasil/senzalas/>

A naturalização do corpo da mulher negra como objeto aconteceu em decorrência da apropriação de corpos negros no período da escravidão, sob o regime do colonialismo, mas se tem registros literários da definição de seus “cheiros e sabores” desde o século XIX com autores renomados como Aluísio Azevedo (1890). O conceito da mulata foi ganhando reconhecimento através dessas obras e construindo um estereótipo focado na sua sexualidade: “Além de cheirosa e gostosa a mulata é muitas outras coisas nesses e em outros textos: é bonita e graciosa, dengosa e sensual; em suma, desejável” (CORRÊA, 1996, p 39).

Segundo Davis (2013) e Gonzalez (2011), a mulher negra se encontra na menor escala social, por pertencer à classificação do segundo sexo e por ser da raça inferior. Nas palavras de Gonzalez (2011), este indivíduo sofre duplamente de subjugação e discriminação porque pertence às duas “classes” menos favorecidas.

Quando se trata de mulheres negras com tom de pele mais claro, as chamadas “mulatas” costumam atrelar sua conduta sexual ou jeito de se relacionar romanticamente com atributos e características físicas como ‘cheiros e gostos’, unificando sexo com raça sem discriminar o impacto dessa afirmação no sujeito. Desconsidera-se o fato que sua cor não é um fator determinante sobre sua atuação em relacionamentos afetivos, familiares, profissionais, etc.

Além de que “no campo do debate sobre as relações raciais, a feminilidade da mulata era também definida por contraste (aproximações e afastamentos) com a da branca, que passa a ser a referência do discurso no seu caso” (CORRÊA, 1996, p 44).

Com essa afirmação, entende-se que a feminilidade da mulher de pele escura somente se tornava legítima em comparação com as mulheres brancas, fosse numa relação de aproximação ou de afastamento, e a mulher branca era referência para todas as suas atitudes. A construção de um certo padrão de comportamento relativo às mulatas também foi bastante difundido com a criação da Globeleza para as vinhetas de carnaval da Rede Globo, se tornando uma forma de colaborar com o estereótipo da negra desejável e atraente,

No universo textual, ambos, o mulato e a mulata, saíram do âmbito das classificações de sexo para o das classificações de gênero, mas seguindo caminhos diferentes: um transformou-se em agente social, elemento importante para a definição ou constituição da sociedade nacional, outra transformou-se em objeto social, símbolo de uma sociedade (que se quer) mestiça. (p 48)

A utilização do termo mulata nos faz retornar para a problemática do mito da democracia racial, como visto anteriormente na perspectiva de Ali Kamel, é uma crença recorrente no país. É fato que a partir da década de 90, a novela começou a destacar personagens negros em suas sub-tramas, dando início a uma nova percepção da nação que é resultado do empenho de diversos grupos étnicos (ARAÚJO, 2000, p 310).

Segundo Davis (2013), as dificuldades sofridas pelas mulheres, e em específico pelas mulheres negras, decorrem do modo da posição majoritariamente machista da sociedade. O resultado da combinação entre o racismo e a objetificação do corpo da mulher, e principalmente das negras, devido à “herança” do período escravocrata no qual ela era submissa, se prolongou até momentos após a abolição, tanto que mulheres negras continuavam a ser violentadas por seus patrões. Esses fatores resultam em agressões frequentes das duas naturezas contra as mulheres negras, opressões racistas e machistas:

Desde a reconstrução até ao presente, as mulheres negras trabalhadoras domésticas consideram o abuso sexual perpetrado pelo “homem da casa” como um dos seus maiores riscos ocupacionais. Tempo após tempo elas foram vítimas da extorsão no trabalho, forçadas a escolher entre a submissão sexual e a absoluta pobreza de si mesmas e das suas famílias. (DAVIS, 2013, p. 69)

Ou seja, havia recompensa ou salário no seu trabalho se ela cedesse aos desejos do “homem da casa”, para isso deveriam abrir mão da sua própria família e muitas vezes de si mesmas.

A palavra exótica, constantemente usada para descrever as características relacionadas à raça e em seguida inclui-se a própria sexualidade, pois assim como o homem negro é visto como bestial, as mulheres negras também carregam esse estigma de insaciável. Em consequência disso, as próprias mulheres negras se colocam nesse papel por

causa de um costume patriarcal que reproduz e impõe frequentemente esses conceitos para ela:

Percebemos que somos "quentes" porque nos vêm como mulheres sem alma nas quais os homens podem soltar os seus ímpetos; que somos "quentes" porque as outras mulheres são sérias e puritanas, que somos "quentes" porque somos imorais; sacudimos essa expressão da nossa cabeça e passamos a abominá-la. (DAVIS, 2013, p. 5)

O que prejudica profundamente o processo de construção da identidade, se pensar que a subjetividade desse indivíduo já foi tantas vezes explorada, mas poucas foram às vezes em que elas, de fato tiveram voz para expor ou até para refletir sobre como isso interferia em suas vidas.

As mulheres negras continuam sendo representadas na mídia em estereótipos clássicos com o da mulher exótica e sedutora, da *mammie* (arquétipo importado dos EUA) que engloba as características das domésticas, das babás das crianças e da casa, da cozinheira e do anjo da guarda negro, que seriam modelos importados das produções norte americanas (ARAÚJO, 2000).

Portanto, a mulher negra permanece na luta contra a estereotipia e desvalorização do seu corpo através dos movimentos sociais:

A população negra, as mulheres negras já foram silenciadas e violentadas demais. Queremos inclusão e visibilidade, mas não de forma subalterna ou estereotipada. Não mais, nunca mais. É preciso o respeito ao fato de que o protagonismo na luta e o poder de determinar o que nos agride ou não serão sempre nossos, do povo negro (BIZERRA, 2014, s/p).

As ações da militância negra merecem destaque, pois a preocupação com os meios de comunicação é antiga e foi por conta da pressão da militância que durante os anos 1960, foi instituído o Código Brasileiro de Telecomunicações, onde é possível encontrar o artigo sobre a diversidade étnica na mídia brasileira, que vai se preocupar em coibir o racismo nos meios de comunicação, prevendo inclusive a cassação do alvará de funcionamento da empresa, além da obrigatoriedade de personagens negros nos comerciais de TV da Bahia (presente na Constituição Estadual de 1988) resultado da mobilização (Araújo, 2000).

Com isso, a união entre as mulheres negras provou que é capaz de alcançar um nível de organização e luta contra essas práticas negativas realizadas contra elas e a seu povo e que até então era aceitas. Sob essa perspectiva, é possível verificar três fatores cruciais, que necessitam de atenção por constituírem a trama que sustenta as agressões e o silenciamento sofridos pelas mulheres negras.

Como fator primordial, a representatividade atua como uma das pautas principais a serem combatidas dentro dos produtos midiáticos, porque além de ser um descumprimento do código 1960 sujeito a pena de cassação, desvaloriza uma cultura tão presente e de um povo que contribuiu para o princípio da história do país, além de ferir a auto-estima de mais da metade da população nacional.

A não-presença de negros nos veículos de comunicação é responsável por aumentar as estatísticas de invisibilidade dos negros e conseqüentemente reforçar o lugar/posição a qual pertence dentro da sociedade.

E por fim, temos a hipersexualização da mulher negra, como elemento de destaque, dentro das inúmeras abordagens a respeito das mulheres, nos papéis já conhecidos – principalmente mãe e mulher - o foco do tratamento quando destinados a mulher negra, era o uso do corpo, colocando-a sob a lente da amante “fogosa”, contribuindo para a objetificação banalizada e naturalizada dos corpos das mulheres negras.

Além da análise das vinhetas serem baseadas nas metodologias propostas a seguir, serão utilizadas três categorias para identificar e agrupar as características gerais que se sobressaírem na pesquisa: hipersexualização, invisibilidade e subalternidade. Como as três hipóteses que virão a ser testadas e/ou confirmadas a partir da análise empírica.

4 METODOLOGIA

Umberto Eco (1970) desenvolveu uma metodologia para identificar como os símbolos que a TV emitia eram interpretados pelo público a partir das pesquisas de recepção. Antes de se chegar a pesquisa de recepção, entretanto, o autor destaca que deve-se apontar a mensagem, os códigos e os níveis de significados atribuídos ao material que a emissora divulgou no período averiguado. Para o autor, a mensagem é “um complexo objetivo dos significantes, enquanto elaborada com base em um ou mais códigos para transmitir certos significados, e enquanto interpretada e interpretável com base nos mesmos ou em outros códigos” (Eco, 1970, p. 371).

Ou seja, a mensagem é um aglomerado de significados que podem ser interpretados de acordo com os “códigos” que o receptor dispõe. Código é o nome que se dá ao quadro de referência que auxilia o receptor a interpretar esses itens, que por sua vez, são “convenções comunicativas que constituem as regras de uso e organização de vários significantes” (ECO, 1970, p. 372), para simplificar, a língua pode ser entendida como um exemplo de código. Ele pode ser subdividido em códigos “secundários” e “subcódigos” que posteriormente se desdobrarão em diferentes níveis de significado, são eles: o código icônico, o código lingüístico e o código sonoro.

O primeiro subdivide-se em código icônico iconológico, referente às imagens que são automaticamente relacionadas com situações/comportamentos específicos, nas palavras do autor são “figuras que, por convenção, conotam alguma coisa, com base, no entanto, em tendências incôscias, que determinaram a escolha iconológica” (p 377); em subcódigo estético que seria estar adequado ao que é considerado belo socialmente; o subcódigo erótico que diz respeito ao caráter sedutor dessas imagens; e o subcódigo da montagem, que é a sobreposição de imagens, ou seja, a sequência na qual ela é mostrada.

Os códigos lingüísticos se dividem em subcódigos considerados jargões especializados, palavras ou combinações de subcódigos de sintagmas

estilísticos, que pertencem exclusivamente a um determinado grupo, seja referente à classe social e/ou atitudes artísticas. Usando um exemplo atual, pode-se compreender como as gírias pertencentes a alguns grupos; as figuras retóricas são confiadas a carga emocional, tais como ironia, suspeita e etc (ECO, 1970, p 378).

O código sonoro é compreendido em três partes: os subcódigos emotivos, que estipulam significado para uma música; os sintagmas estilísticos que identificam qual tipo de conotação a melodia em questão recebe e os sintagmas de valor convencional recebem valores conotativos posteriormente.

Após descobrir o conjunto de códigos e subcódigos não se pode esquecer que todos eles devem ser avaliados a partir do mesmo quadro de referência cultural geral que forma o patrimônio do saber do receptor. No primeiro momento o emissor e o receptor codificam a mensagem de acordo com seu próprio quadro de valores e depois o emissor junto com o intérprete técnico alinham quais são os significados compartilhados por eles e pelo receptor.

Na análise, será utilizada a semiologia da linguagem televisiva (Eco, 1970) em diálogo com a proposta de análise de Ferrés (1998) para observar a subjetividade das imagens que aparecem nos vídeos. Serão priorizadas as funções da mensagens, propostas por Eco (1970, p 382):

a) *Função referencial*. Considera além dos processos de denotação, os de conotação e se a mensagem indica alguma coisa.

b) *Função emotiva*. A mensagem busca suscitar emoções.

c) *Função conativa ou imperativa*. Existe a intenção de persuadir o receptor a ter alguma ação.

d) *Função fática ou de contato*. Verificar se existe uma tentativa de aproximação do receptor, normalmente através de gestos de saudação.

e) *Função metalingüística*. A mensagem fala de outra mensagem ou de si mesma.

f) *Função estética*. A mensagem como sistema harmônico de todos os níveis e de todas as funções.

De acordo com Ferrés (1998, p. 226) os itens relevantes para a investigação dos elementos que compõe a mensagem por detrás das imagens seriam:

a) *Predominância das cores*. Verificar em quais situações se aplicam as cores quentes e frias.

b) *Repetição do essencial*. Neste caso as mensagens relacionadas ao título da novela ou as que são passíveis de identificação na letra da música.

c) *Premiação e condenação moral em relação à imagem*. Verificar se a narrativa do videoclipe apresenta histórias que gratificam o que é bom e castigam o que é mau.

d) *Estrutura narrativa* dos anúncios. Se existe a linearidade da proposição, seguida pelo nó e encerrando com o desenlace. De forma simplificada seria o vídeo composto por uma arrancada intrigante que provoca um interesse crescente, atingindo um clímax e encerrando com um desenlace rápido e surpreendente.

e) *Sedução dos modelos*. Verificar se os famosos são usados para atrair o público.

f) *Transferências de valores*. Se a valoração e a reputação de algumas marcas aparecem no anúncio modificando a sua interpretação.

g) *Modelos*. Buscar se existe a repetição dos estereótipos: heroína, mulher da rua, sedutora, mãe da nação e a estrela política.

Após identificar os itens que os autores propuseram como método de investigação, tem-se material suficiente para embasar as considerações a respeito de como as vinhetas de abertura das novelas da Rede Globo apresentaram as mulheres negras no período em questão.

4.1 CORPUS DE PESQUISA

Para coleta do corpus de pesquisa foi realizado, em primeiro lugar, um levantamento das novelas exibidas entre os anos 2000 e 2010, conforme Tabela 1 abaixo:

Tabela 1 – Novelas exibidas entre 10/05/1999 até 14/01/2011

Título	Ano	Autor	Tempo de duração
Força de um desejo	1999	Gilberto Braga e Alcides Nogueira	10/05/1999 - 28/01/2000
Vila madalena	1999	Walther Negrão	08/10/1999 - 05/05/2000
Terra nostra	1999	Benedito Ruy Barbosa	20/09/1999 - 02/06/2000
O cravo e a rosa	2000	Walcyr Carrasco e Mário Teixeira	26/06/2000 - 09/03/2001
Esplendor	2000	Ana Maria Moretzsohn	31/01/2000 - 23/06/2000
Uga uga	2000	Carlos Lombardi	08/05/2000 - 19/01/2001
Laços de família	2000	Manoel Carlos	05/06/2000 - 02/02/2001
Estrela guia	2001	Ana Maria Moretzsohn	12/03/2001 - 16/06/2001
A padroeira	2001	Walcyr Carrasco	18/06/2001 - 23/02/2002
Um anjo caiu do céu	2001	Antonio Calmon	22/01/2001 - 25/08/2001
As filhas da mãe	2001	Silvio de Abreu, Alcides Nogueira e Bosco Brasil	27/08/2001 - 19/01/2002
Porto dos milagres	2001	Agnaldo Silva e Ricardo Linhares	05/02/2001 - 29/09/2001
O clone	2001	Gloria Perez	01/10/2001 - 15/06/2002
Coração de estudante	2002	Emanuel Jacobina	25/02/2002 - 28/09/2002
Sabor da paixão	2002	Ana Maria Moretzsohn	30/09/2002 - 22/03/2003
Desejos de mulher	2002	Euclides Marinho	21/01/2002 - 24/08/2002
O Beijo do vampiro	2002	Antonio Calmon	26/08/2002 - 03/05/2003
Esperança	2002	Benedito Ruy Barbosa e Walcyr Carrasco	17/06/2002 - 15/02/2003
Agora é que são elas	2003	Ricardo Linhares	24/03/2003 - 06/09/2003
Chocolate com pimenta	2003	Walcyr Carrasco	08/09/2003 - 08/05/2004
Kubanacan	2003	Carlos Lombardi	05/05/2003 - 24/01/2004
Celebridade	2003	Gilberto Braga	13/10/2003 - 26/06/2004
Mulheres apaixonadas	2003	Manoel Carlos	17/02/2003 - 11/10/2003
Cabloca (2ª versão)	2004	Edmara Barbosa e Edilene Barbosa / Supervisão: Benedito Ruy Barbosa	10/05/2004 - 20/11/2004
Como uma onda	2004	Walther Negrão	22/11/2004 - 18/06/2005
Da cor do pecado	2004	João Emanuel Carneiro	26/01/2004 - 28/08/2004
Começar de novo	2004	Antonio Calmon e Elizabeth Jhin	30/08/2004 -

			16/04/2005
Senhora do destino	2004	Aguinaldo Silva	28/06/2004 – 12/03/2005
Alma gêmea	2005	Walcyr Carrasco	20/06/2005 – 11/03/2006
A lua me disse	2005	Maria Carmem Barbosa e Miguel Falabella	18/04/2005 - 01/10/2005
Bang bang	2005	Mário Prata e Carlos Lombardi	03/10/2005 - 21/04/2006
Belíssima	2005	Silvio de Abreu	07/11/2005 – 07/07/2006
América	2005	Gloria Perez	14/03/2005 – 05/11/2005
Sinhá moça (2ª versão)	2006	Benedito Ruy Barbosa	13/03/2006 – 14/10/2006
O profeta	2006	Ivani Ribeiro	16/10/2006 – 11/05/2007
Cobras e lagartos	2006	João Emanuel Carneiro	24/04/2006 – 17/11/2006
Pé na jaca	2006	Carlos Lombardi	20/11/2006 – 15/06/2007
Páginas da vida	2006	Manoel Carlos	10/07/2006 – 02/03/2007
Eterna magia	2007	Elizabeth Jhin	14/05/2007 - 02/11/2007
Desejo proibido	2007	Walther Negrão	05/11/2007 - 02/05/2008
Sete pecados	2007	Walcyr Carrasco	18/06/2007 - 15/02/2008
Duas caras	2007	Aguinaldo Silva	01/10/2007 – 31/05/2008
Paraíso tropical	2007	Gilberto Braga e Ricardo Linhares	05/03/2007 - 28/09/2007
Ciranda de pedra (2ª versão)	2008	Alcides Nogueira	05/05/2008 - 03/10/2008
Negócio da China	2008	Miguel Falabella	06/10/2008 - 13/03/2009
Beleza pura	2008	Andrea Maltaroli	18/02/2008 – 12/09/2008
Três irmãs	2008	Antonio Calmon	15/09/2008 – 10/04/2009
A favorita	2008	João Emanuel Carneiro	02/06/2008 – 16/01/2009
Paraíso	2009	Benedito Ruy Barbosa	16/03/2009 – 02/10/2009
Cama de gato	2009	Duca Rachid e Thelma Guedes	05/10/2009 - 09/04/2010
Caras e bocas	2009	Walcyr Carrasco	13/04/2009 - 08/01/2010
Caminho das Índias	2009	Gloria Perez	19/01/2009 – 11/09/2009
Viver a vida	2009	Manoel Carlos	14/09/2009 – 14/05/2010
Escrito nas estrelas	2010	Elizabeth Jhin	12/04/2010 – 24/09/2010
Araguaia	2010	Walther Negrão	27/09/2010 - 08/04/2011
Tempos modernos	2010	Bosco Brasil	11/01/2010 – 16/07/2010
Ti ti ti (2ª versão)	2010	Maria Adelaide Amaral	19/07/2010 – 18/03/2011
Passione	2010	Silvio de Abreu	17/05/2010 – 14/01/2011

LEGENDA - Horário de exibição:

18 horas	19 horas	20 horas	21 horas	20h30*
----------	----------	----------	----------	--------

Fonte: A autora

Foram identificadas 59 novelas neste período e assistidas as vinhetas de cada uma delas. Foi considerado como objeto de pesquisa inclusive as que iniciaram no ano anterior do recorte temporal, 1999, e posterior, 2011, porque entendeu-se que a restrição de 2000 a 2010 abarcava todas as novelas que foram ao ar neste período, sendo assim, rejeitar as que haviam começado antes, mas tiveram fim nos anos 2000 e fazer o mesmo com as que terminaram em 2011, seria excluir também este espaço de tempo no qual eles fazem parte do objeto. Por exemplo, se a contagem tivesse início em 08/05/2000, ficaria incompleta por não incluir os quatro meses anteriores do ano e do mesmo modo ocorreria com a novela que se inicia nos últimos meses de 2010 e só tem fim no ano seguinte. Destas 59, 22 foram exibidas às 18 horas; 19 foram exibidas às 19 horas; 7 foram exibidas às 20 horas, com exceção de O Clone que foi ao ar às 20h30; e 9 foram exibidas às 21 horas.

A partir deste quadro, foram selecionadas as vinhetas que retratavam indivíduos do gênero feminino, através de vídeos com atrizes ou modelos, montagens com fotos, animações com massinha, lego ou com ilustrações, história em quadrinhos e caricaturas. Também entraram na lista as mínimas aparições, como cenas de abraço ao fim do clipe e pequenas passagens de câmera por mulheres, totalizando 43 aberturas.

Para encontrar o objeto de pesquisa, foi feita uma seleção apenas com os vídeos que apareciam mulheres e deste segundo quadro foram separadas as vinhetas que apareciam mulheres negras. O resultado foi que apenas 9 entre as 59 vinhetas mostravam mulheres negras, conforme Tabela 2 abaixo:

Tabela 2 – Mulheres negras nas vinhetas de abertura de novela

Título	Ano	Link do vídeo	Duração
Mulheres apaixonadas	2003	https://www.youtube.com/watch?v=LV1Rdx1tRWs	0:52
Da cor do pecado	2004	https://www.youtube.com/watch?v=eSGmDDpWqo8	1:08

Senhora do destino	2004	https://www.youtube.com/watch?v=T5rJvnvtXAE	1:05
Sinhá moça (2ª versão)	2006	https://www.youtube.com/watch?v=8j5mfPmJJlk	1:04
Cobras e Lagartos	2006	https://www.youtube.com/watch?v=fZZ53P6uQ_A	1:12
Páginas da vida	2006	https://www.youtube.com/watch?v=8bwsCcqfjVk	1:09
Beleza pura	2008	http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/novelas/beleza-pura.htm	0:59
Viver a vida	2009	https://www.youtube.com/watch?v=fzisN1ryjeg	1:09
Tempos modernos	2010	https://www.youtube.com/watch?v=EG3VMx9UP0o	0:59

LEGENDA - Horário de exibição:

18 horas	19 horas	20 horas	21 horas	20h30*
----------	----------	----------	----------	--------

Fonte: A autora

A seguir, apresenta-se a análise dos nove vídeos resultante do levantamento inicial. A análise busca compreender de que maneira as mulheres negras são mostradas nas vinhetas de abertura das telenovelas, considerando, principalmente três questões desveladas pela revisão bibliográfica: hiperssexualização, invisibilidade e subalternidade.

5. ANÁLISE DAS VINHETAS

5.1 MULHERES APAIXONADAS



A descrição do tema central da novela retirado do portal Memória Globo, diz que se trata de uma “crônica urbana e realista sobre as relações familiares teve a mulher e o amor no centro das discussões.”

A abertura possui algumas vinhetas diferentes, porque a Rede Globo promoveu um concurso de seleção de fotos de telespectadores para compor a abertura, como divulgado na página Memória Globo (2013): “As fotos deveriam mostrar mulheres em situação de paixão com companheiros, filhos, amigos e familiares. Cerca de 100 mil retratos foram enviados pelos telespectadores e, a cada 15 dias, ia ao ar uma nova vinheta de abertura.” Nesta pesquisa foram encontrados oito desses vídeos, destes, em cinco apareciam mulheres negras. Porém, será analisado apenas o vídeo no qual aparece a mulher negra mais de uma vez, ou seja, aquele em que se tem mais representatividade. Na série das vinhetas de Mulheres Apaixonadas, a intenção é mostrar relações afetivas entre as mulheres, seja com amigas e amigos, familiares ou cônjuges. Nota-se uma frequência maior de fotos de mulheres vestidas de noiva e com bebês recém-nascidos, o uso de fotos desses mesmos momentos se repete nas montagens. Não é a toa que essas são as fotos recorrentes na montagem, pois possibilitam uma interpretação de que eles reafirmam o símbolo máximo da feminilidade como matrimônio e os rituais da noiva. Seguindo a mesma lógica das imposições de comportamento que designam o ambiente privado como espaço pertencente às mulheres.

Na vinheta analisada, temos a presença de três mulheres negras, todas vestidas de noiva. A que dá início ao clipe está na presença de duas crianças, aos 14 segundos aparece outra noiva andando de moto com o marido, um rapaz de pele mais clara, e por último uma mulher com aparência mais velha, se adornando com amigas, entende-se que ela está se preparando para a cerimônia.

A função referencial aparece no momento em que apresentar mulheres vestidas de noiva implica um entendimento de que sua responsabilidade primordial seria cuidar do lar e dos filhos, ou seja, colabora com a noção de que os papéis desempenhados pela mulher devem ser de esposa e mãe, restringindo sua atuação em outros cenários sociais

A função emotiva surge no destaque que é dado ao olhar e para a troca de olhares entre as pessoas das fotos exibidas. Essa cena se repete inúmeras

vezes, exaltando a relação afetiva presente na imagem, além disso, também pode ser considerada como uma função de contato com o receptor, buscando esse encontro entre a tela e o telespectador.

Aplicando a metodologia de Ferrés, é possível identificar a repetição do essencial na fusão entre a letra da música e as fotos que retratam um cruzamento de olhares, pois a música de Tom Jobim escolhida como abertura, descreve a interação entre um casal que flerta/alimenta um romance através de olhares. A estrutura narrativa é linear, porém não segue ao padrão proposição-nó-desenlace por se tratar de um fluxo contínuo de imagens desconexas, mas que compartilham a mesma temática. Não existe a transmissão de valores através do uso de marcas ou modelos, contudo, a repetição de estereótipos é identificada ao longo da sequência do vídeo.

As funções metalingüística e estética podem ser observadas em conjunto, pois a combinação das fotos e a interação proposta com o público (fotos que retratam troca de olhares apaixonados e a própria troca do interlocutor com o aparelho de TV) dialoga com a música tema de abertura, “Pela Luz dos Olhos Teus” interpretada por Tom Jobim e Miúcha (Anexo 1).

No total aparecem 15 mulheres e 5 homens no vídeo. Das três mulheres negras, uma estava acompanhada com um jovem de pele mais clara, podendo ser considerada como função conotativa, existindo uma raiz na aceitação dos relacionamentos interracialis como forma de ascensão social, apesar do contexto da foto ser rural. Nota-se também que é o homem quem tem a posse do veículo. Nas vinhetas de Mulheres Apaixonadas, os homens aparecem por menos tempo e sempre desfocados, passando a ter foco somente depois que a mulher aparece. Outro recurso utilizado para colocá-la em uma posição de importância/primazia é sua aparição sempre em primeiro plano. Como o tema da novela são as mulheres que amam demasiadamente, é convergente com a proposta elas serem protagonistas da vinheta de abertura.

Neste vídeo, pode-se observar a presença, mesmo que superficial, do caráter hiperssexualizador quando mostra a noiva de vestido curto andando na garupa da moto com as pernas expostas. No resultado da análise a

invisibilidade surge na constatação de que das 15 mulheres presentes no vídeo, somente 3 são negras. A aparição da senhora com as amigas também pode ser lida de acordo com esse recorte – da invisibilidade, pois simboliza um retrato da solidão da mulher negra. Neste quadro, tanto quanto no primeiro, diferente das noivas brancas que são mostradas em festas de gala, a mulher negra aparece rodeada pelos filhos e pelas amigas, quando aparece o companheiro, ele está levando a moça para longe. Por fim, a subalternidade pode ser vista nessa disparidade em relação à simplicidade das pessoas negra em contraposição ao luxo.

5.2 DA COR DO PECADO





Desde a descrição da trama, havia o foco nas relações de raça e classe. Segundo definição da própria emissora: “Preconceito racial norteava a primeira novela da Globo com uma protagonista negra em trama contemporânea e

urbana.” (MEMÓRIA GLOBO) Está é a primeira novela contemporânea da Rede Globo que traz uma personagem negra como protagonista, fato que também é facilmente identificado na abertura por ela ser a primeira personagem a aparecer. A técnica que foi utilizada é bastante inovadora e mistura artesanato com computação gráfica, trazendo 24 obras esculpidas em palito de dente sobre um fundo recortado que constroem a paisagem de uma praia e as fases do sol durante o dia, até o entardecer (MEMÓRIA GLOBO).

No segundo 33 a paisagem começa a mostrar esse fenômeno, mesclando as cores azul, verde claro e branco iniciais para tons alaranjados e em seguida para tons de roxo e rosa. Simultaneamente os personagens que estão sendo representados pelos bonecos, desfilam como se fosse sobre uma esteira e passam diversas vezes diante da câmera.

Ao fundo, o tema da abertura é a música “Da cor do pecado”, homônimo ao título da novela, que é interpretada por Luciana Melo permitindo assim, afirmar que existe a presença da repetição do essencial proposta por Eco, que neste caso, reitera a ideia de que o corpo negro é “da cor do pecado” tanto pelo título quanto pela música.

O final do vídeo mostra um beijo entre as esculturas que simbolizam as personagens de Taís Araújo e de Reynaldo Gianecchini¹⁰. E essa referência também se encaixa na transmissão de valores, pois todos os bonecos mostrados na vinheta correspondem a atores e atrizes que formam o elenco da trama e representam seus personagens na novela.

A estrutura narrativa tem início com as primeiras horas do dia, indicadas pelos 35 primeiros segundos de vídeo e pela presença de nuvens claras em segundo plano, o momento que representa o “nó” é o entardecer, onde começam a surgir outras cores, além da presença do sol em diversas alturas decrescentes e por fim, o desenlace é beijo dos protagonistas após a caída da noite, representada por um colo – parte superior do seio – de pele escura.

¹⁰ Geração de modelos que migraram pra TV.

Os três personagens negros da novela aparecem aproximadamente dez vezes no ambiente “praia” do vídeo, simbolizado pelas nuvens claras e as cores azul, branco e eventualmente tons esverdeados. São eles: Preta (interpretada por Taís Araújo), Dodô (Jonathan Haagensen) e Felipe (Rocco Pitanga). Após escurecer, Paco e Preta se beijam enquanto Bárbara (interpretada por Giovana Antonelli) fica observando e sai de cena lentamente. Retrato do que se passa também na trama da novela, onde Bárbara, ex-noiva de Paco, faz de tudo para separá-lo de Preta (Taís Araújo), essa relação direta dos bonecos com os atores se encaixa na função referencial proposta por Eco.

Esse desfecho, com o corpo da mulher negra nua simbolizando a noite, pano de fundo para que aconteça a união interracial, pode ser caracterizado como um processo de conotação onde a imagem que encerra a abertura contém outro significado se as mensagens forem examinadas subjetivamente. Também se insere na função metalinguística porque esse código acaba transmitindo outra mensagem além da que está explícita. Pra encerrar, pode-se identificar a função referencial no momento em que a escultura que simboliza a moça negra é projetada para frente a fim de “beijar” o boneco do rapaz branco, reforçando mais uma vez o conceito de que é a mulher negra que busca a ascensão social através de uma relação interracial.

Este é um dos sinais de que a imagem do corpo negro ainda faz parte de um cenário no qual é visto como tentação, como se a cor fosse responsável pela sexualidade e o pecado.

Portanto, a hiperssexualização é o fator mais explícito nessa vinheta, que coloca a mulher negra em posição de “interesseira” e usa as suas características físicas e a sensualidade como sinônimo para a sua forma de se relacionar, comportamento fruto da aculturação sofrida ao longo da colonização. O próprio título da novela possibilita essa interpretação: a de que a cor da pele provoca a libido influenciando a moral, levando ao pecado. A vinheta é majoritariamente masculina na representação de seus personagens, além disso, a protagonista é a única mulher negra a ser retratada dentre as 10 mulheres que tem bonecos correspondentes. O papel de subalternidade pode ser considerado a partir do retrato do beijo como ferramenta de sedução de homens brancos para que se consiga ascensão social. Na trama da novela

Preta sofria essa acusação e a vinheta também deixa isso claro com o descontentamento da personagem de Giovana Antonelli, que não aceita ser trocada por uma negra, nordestina e suburbana.

5.3 SENHORA DO DESTINO





A descrição da trama pela emissora, se resume em “Aguinaldo Silva trocou o realismo fantástico de suas novelas anteriores por uma trama realista” a fim de demonstrar que a novela será um retrato de histórias reais que se passaram no Brasil. A abertura de Senhora do Destino tenta demonstrar um pouco esse sentimento de cotidiano e cidade grande exibindo um agrupamento de indivíduos, formado por diversos tipos de pessoas. Toda a imagem está em preto e branco e a câmera percorre vários locais deste espaço, quando se aproxima de algum personagem da novela, este se torna colorido e no final do vídeo a câmera sobe em plano geral permitindo enxergar todos os personagens que ganharam cor em meio à multidão.

A estrutura narrativa não segue um padrão, pois o trajeto da câmera é não-linear. Em alguns momentos, as personagens são o foco e estão no primeiro plano, em outros, o espaço e a multidão é o que importa no enquadramento, possibilitando enxergar a parte de cima do cenário e a profundidade do quadro, mostrando seus extremos e tentando englobar a maior quantidade de pessoas. Os momentos que surpreendem o telespectador (o nó) são os que colorem os atores/atrizes inesperadamente e o desfecho é o momento em que o público consegue ter noção de quantas são as pessoas coloridas entre as pessoas comuns.

É evidente a importância das cores, pois são elas vão dando destaque às pessoas relevantes para a trama, o que permite afirmar a presença da repetição do essencial, que combina o vídeo com a aparição de referências midiáticas identificáveis. Esse fator agrupa também o critério da sedução, pois

usa o código compartilhado por todos, neste caso, os atores famosos, para seduzir o público.

A vinheta também é marcada pela função de contato, pois a maioria dos personagens estabelece uma relação visual com o telespectador ou está numa pose receptiva, que dialoga com o telespectador.

Trabalhando ainda com a função emotiva e a repetição do essencial, a sequência tem como tema a música “Encontros e despedidas”, interpretada por Maria Rita, compondo um grupo audiovisual entre as cores, a música e os artistas, que dialogam com a própria trama da novela. A história gira em torno da vida de uma imigrante nordestina, vinda do interior de Pernambuco para o Rio de Janeiro. Como os personagens não necessariamente estão dispostos perto daqueles que fazem parte do seu núcleo dentro da novela e a música fala sobre distância, encontros e saudade, a combinação desses elementos compõe um grande quadro de referências.

A problemática surge quando dentre todas as inúmeras pessoas que aparecem, foram identificadas sete mulheres negras e a única que faz parte do elenco, ou seja, ganha cor, compõe o núcleo da favela sendo a esposa de um traficante perigoso. A personagem aparece no início do vídeo localizada a direita da tela, ela ganha cor junto com outras personagens, a protagonista e outra jovem branca. Por se tratar de uma personagem coadjuvante da novela, é compreensível que ela não tenha tido destaque na abertura.

A trajetória de Rita de Cássia, interpretada pela atriz Adriana Lessa, no site Memória Globo (2013), é a seguinte:

A comunidade de Pedra Lascada, localizada em Vila São Miguel, é cenário para a história de Rita de Cássia (Adriana Lessa). Mãe de Lady Daiane (Jéssica Sodré) e Maikel Jackson (Agles Stibe), Rita é vítima de violência doméstica e dependência química. Ela apanha do marido, o marginal e mau-caráter Cigano (Ronnie Marruda) – que está preso no início da trama –, e trava uma luta contra as drogas. Sua vida fica ainda mais tumultuada quando a filha, de apenas 15 anos, engravida de Shao Lin (Leonardo Miggiarin). Ele é um “marginalzinho” temido na comunidade, líder de uma turma de desocupados, e não quer assumir a paternidade da criança. No decorrer da novela, Rita passa a namorar o taxista português Constantino (Nuno Melo), que enfrenta Cigano em nome de seu amor. Daiane, já com o filho nos braços, engravida novamente, desta

vez de Bruno (Thadeu Matos), o filho de Reginaldo (Eduardo Moscovis), mas perde o bebê. No final da trama, Shao Lin vira um rapaz responsável, percebe que é apaixonado por Daiane e assume o filho.

Esse roteiro apresenta o estereótipo de família negra desestruturada, e apesar de ser importante para a representatividade – pois a maioria dos negros do país se encontra em lugares periféricos devido à desigualdade de condições de crescimento econômico, tanto a vinheta quanto o enredo não contribuem para uma perspectiva de melhorias neste quadro.

A segunda mulher negra aparece aos 27 segundos, ao lado direito de Nazaré (a vilã da novela) numa postura passiva com uma bolsa pendurada no braço, em contraposição ao vestido vermelho elegante que a atriz Renata Sorrah (Nazaré) está usando e as duas fazem contato visual com a câmera. Partindo do conceito de sublimariedade proposto por Ferrés, pode-se ligar esse fato com a condenação moral associada com a suposição de que se você tiver atitudes ruins, estará ao lado ou se igualando a pessoas negras. Ao mesmo tempo em que se une ao estereótipo de pobre/sacoleira por ela estar carregando uma bolsa grande.

A terceira, surge aos 00:34 segundos, é uma garota que aparece ao lado de Yoná Magalhães (na novela, Dona Flaviana). A personagem veste um longo vestido roxo com um casaco fino estampado em cima, enquanto a garota a sua esquerda está de tamanco, shorts curto com um cinto e uma camiseta justa que apesar de ser meia manga, deixa a mostra a faixa de pele entre o shorts e a barriga. Essa figura compõe o quadro de maneira que forma um trio de amostras entre o que é considerado vulgar (figura da moça com roupas curtas), em contraposição à uma pessoa sóbria (vestida até os pés) e uma terceira que se apresenta como neutra, podendo estar seguindo para o trabalho ou para a aula, ilustrando a função estética. Também existe um conflito de idade, possibilitando a interpretação de que a senhora poderia ser a salvação, que a garota ao lado merece uma reeducação, inclusive a personagem que a atriz interpreta na novela é uma avó cuidadosa, religiosa e protetora dos netos adolescentes.

Ao seu lado esquerdo aparece a moça negra com a pasta debaixo do braço, o que deveria ser um futuro “decente” para a garota “vulgar”. As três personagens em paralelo permitem o encaixe na função referencial, dando origem ao sentido conotativo da imagem.

A quinta figura, aos 00:37 segundos, aparece ao lado de Edu Moscóvis, que faz o papel de um político corrupto e ambicioso. A pessoa que se encontra ao lado dele, pode ser entendida como uma “mulher desleixada”, também se enquadrando no modelo de “mulher de rua” e no estereótipo citado anteriormente no caso da segunda moça negra que aparece no vídeo.

Logo em seguida, 00:39, aparece atrás de Letícia Spiller uma outra moça negra, na mesma direção que a atriz e numa pose com a mão direita na cintura, quase como se quisesse imitar a postura da primeira explicitando a função de contato, pois as duas estão com o corpo inclinados para o público. A atriz está com os braços cruzados, mas com uma postura e um vestido com estampa de onça (“oncinha”), traje que é associado à sedução.

A sétima negra, aparece aos 00:52 e é uma mulher fora dos padrões, por estar acima do peso, com a mão na cintura em postura semelhante ao homem vestido de terno que fica colorido ao seu lado. Percebe-se que o enquadramento e as cores deste momento no vídeo, a mulher negra está ao lado do homem branco de terno e gravata, e ela também veste roupas em tons neutros, o que sugere a masculinização dessa mulher que não se encaixa nos padrões sensuais destinados para as que se inserem no estereótipo de “Globeleza”.

Não existe erotização explícita e também não existe um equilíbrio entre as figuras mostradas. Pertencem à classes distintas das pessoas não-negras, refletindo indícios de subalternidade. E devido à ausência de pessoas negras caracteriza um quadro de invisibilidade..As mulheres negras são figuras que retratam uma classe inferior, e a aparência delimita o olhar sobre essas figuras, assim como a vestimenta revela a classe a qual pertencem e por nenhuma delas aparecerem com trajes elegantes ou uma postura de maior imposição, até aqui, é o caso mais explícito desses dois pontos. Apresentando

as mulheres negras mais inseridas nas camadas populares e no estereótipo de inferioridade ou de desigualdade social.

A construção da vinheta carrega a visão de mundo e do censo comum quando o olhar é a mulher negra, fazendo uma associação direta e irrestrita à pobreza/sub-cidadania.

5.4 SINHÁ MOÇA





Releitura da novela exibida pela primeira vez no ano de 1986, é uma novela baseada na obra homônima de Maria Dezonne Pacheco Fernandes. A trama gira em torno do romance de Sinhá Moça e Rodolfo, a história do jovem casal se passa em 1886, quando se apaixonam no trem durante a viagem de volta para a casa dos pais, após o término dos estudos da moça na província. Segundo definição encontrada no portal Memória Globo: “Escravidão, amor, política e liberdade formavam os pilares temáticos de *Sinhá Moça*, um retrato primoroso do final do Império.”

Ela é filha do Barão de Araruna¹¹, que tem o maior número de terras e escravos da região, porém é convicta de seus ideais abolicionistas. Rodolfo é um advogado que participa de um grupo que compra escravos para alforriá-los,

¹¹ Cidade localizada no oeste do Paraná.

e a noite se mascara para ajudar escravos a fugirem das senzalas, por conta disso é tido como um herói desconhecido. Como está muito apaixonado, para se aproximar da família da moça e conquistar o Barão finge ser escravocrata também, o que decepciona a moça.

Após muitos desencontros e lutas abolicionistas em separado, no final da novela, quando a Lei Áurea é assinada, em 13 de maio de 1888, os dois ficam juntos e ela se torna responsável pela fazenda - agora com mão de obra dos imigrantes italianos - enquanto ele se dedica a carreira política.

Na abertura, essa relação duradoura, mas que demora para se concretizar é relatada através da lentidão que a aproximação entre o casal acontece, podendo ser entendida como função referencial para indicar de que maneira a novela segue, sendo o enredo romântico, de trabalho e de luta, mas que se desenvolve de forma lenta.

Os escravos retratados como sombra são o símbolo da invisibilidade deles no período histórico em que a novela se passa, porém, não se pode esquecer que o que está sendo retratado é o modo de pensar da época e o herói é um personagem não negro. Além da escravidão ser o fio condutor da narrativa da novela e das relações do casal, às vezes provocando até desavenças por causa da farsa dele diante dos pais dela.

Sendo assim, é possível identificar primeiro a estrutura narrativa que acontece chamando o público para acompanhar o romance, em seguida apresenta a questão racial com os escravos sendo visíveis apenas através de suas sombras, e por fim, o beijo do casal seguido da quebra de correntes de um escravo que sai das sombras dos dois jovens.

Usando a função referencial como explicação para a construção dessa sequência, a união entre o casal seria uma das causas – fazendo diálogo com o enredo – para que a libertação dos escravos fosse possível, demonstrando até mesmo a lentidão do processo. Não se tem a presença de modelos nem de rostos conhecidos da televisão, apenas a canção homônima interpretada por Leonardo, que fala, em suma, sobre a coragem da Sinhá Moça de enfrentar a

sociedade para se deixar guiar pelo coração, por ser pró-abolicionismo, rompendo com o patriarcalismo da época.

Essa vinheta não possui uma ampla paleta de cores, a que mais se destaca é a parede na qual as sombras dos escravos são projetadas que é de uma cor terrosa, se aproximando do amarelo escuro. Existe contraste entre o *clean* (limpo) das aparições do casal -percebido através dos tons claros, da luva branca dela, e do terno cinza do rapaz - e as sombras sobre a parede amarelada das aparições dos negros. As três primeiras sombras que representam os escravos são mulheres, as cozinheiras reforçam o estereótipo da *mammie*; e a que leva a lata na cabeça no papel de “boa escrava”.

A função referencial proposta por Eco pode ser entendida na vinheta a partir do momento em que se pensa que o lugar dos negros é o invisível, sombra, e que essa representação insiste em colocá-lo nessa posição. É compreensível que a temática da novela converse com esse discurso, porém, se os protagonistas estão lutando justamente contra essa ideia de inferiorização dos negros, existe uma contradição.

Existe outro aspecto interessante que é a passividade com que as coisas acontecem, o que pode ser entendido (ainda como função referencial) pela concepção de que o processo de livramento dos escravos e dos preconceitos que os negros sofrem na sociedade são sim vagarosos, mas que em algum momento isso vai acontecer.

A invisibilidade e a subalternidade são mais expressivas nesse vídeo, pois se trata da representação de escravos. Sendo assim, a hiperssexualização não aparece, pois aqui as mulheres negras estão sempre em posições de trabalho e com longos vestidos (trajes referentes à época). A sombra age como uma figura de linguagem e o negro é símbolo de trabalho, sendo a abertura uma síntese do olhar sobre o corpo negro na perspectiva do colonizador, uma chance de mobilidade social e compra de alforria.

5.5 COBRAS E LAGARTOS





A novela trata da questão da desigualdade social no Brasil e da ganância das pessoas. A vinheta de abertura apresenta essa ideia ao contrapor as duas classes no mesmo enquadramento, buscando até uma simetria entre os dois mundos, numa rotação da tela em círculos que alternadamente retrata o que acontece em um ambiente da classe A e o que acontece nas classes mais pobres.

O Memória Globo, por sua vez, apresenta a novela da seguinte maneira: “Na trama, a falta de escrúpulos e o excesso de ambição eram os obstáculos para a realização de uma história de amor.” Para representar essa corrida para a ascensão social, a vinheta propõe esse contraste visual e a rotatividade de imagens que permite transitar entre realidades tão distintas. Um quadro exibe um colar exposto em uma loja chique e o mesmo objeto pendurado num camelô, retrato de um local com e sem poder aquisitivo, além de ilustrar ideais de desejo de consumo e a necessidade de adequação ao considerado normativo presente no enredo da novela.

Sendo assim, as cores são itens significativos porque a parte rica é mostrada em todos os quadros com branco, tons de cinza e prata, preto, azul claro e em lugares limpos. Já a parte mais pobre é mostrada dando a impressão de algazarra, com uma grande mistura de cores, com azulejos coloridos ou xadrez, com muitas coisas empilhadas ou em lugares mais baixos enquanto no lado rico as coisas estão dispostas em lugares distantes, em uma altura elevada.

A vinheta tem como foco mostrar diversas situações cotidianas – principalmente as dualidades: comércio x consumo e a cultura erudita x a popular. Sendo ilustrados por situações como almoços, compra de sapato, de jóias, de roupas, de bolsas. A maior parte dos planos são focados nas pessoas e nos lugares. Na hora que é mostrada a loja de roupa, aparece uma loja de departamentos com três pessoas, dentre elas uma mulher negra, no mesmo momento em que na parte ‘abonada’ da cena aparece apenas um manequim. A aparição da mulher negra neste espaço faz crer que é um reforço ao estereótipo dos negros em relação à pobreza.

Pela primeira vez é possível observar a função conotativa, que tem a intenção de persuadir. A mensagem que o vídeo transmite é que os ricos são puros e serenos enquanto os pobres são sujos e desorganizados, fator representado pela poluição visual do lado da cena que retrata os pobres.

O símbolo que ilustra a briga entre cobras e lagartos (&) também pode ser entendido com a ideia de que as pessoas mal intencionadas estão presentes tanto nos espaços “limpos” quanto nos “sujos”, fortalecendo a proposta da novela, que revela as pessoas que tem coração bom e ruim em diversas camadas sociais. Pode-se atribuir a função estética para a logomarca da novela, pois está presente a partir do terceiro item da sequência de imagens da vinheta e a câmera leva o mesmo tempo para mostrar o ambiente pobre e o rico.

Em análise preliminar das vinhetas, percebeu-se que a desigualdade, a distinção social e os modelo/perfis a serem seguidos foram fatores de destaque. No vídeo, pobres e ricos compartilham dos mesmos itens de forma adaptada ou em diferentes níveis de salubridade, explicitada pelo fato de que em todas as situações, as duas imagens compartilham algo semelhante, na primeira são os porta-temperos e a disposição dos pratos que são compostos por comidas distintas; na segunda as sandálias, a mais cara tem um aplique de pedras brilhantes; no terceiro quadro é o colar com pingente de cobras e lagartos (&), um de prata e o outro pendurado num cordão barato; na quarta imagem tem o mesmo manequim em posição verossímil, porém no da loja de

departamentos popular, a peça está incompleta, exibindo apenas a calça, ela não possui tronco, braços e cabeça, como na loja refinada; na parte da diversão, pobres e ricos tomam água, enquanto uma é da torneira a outra é mineral e o rótulo está em inglês; por fim, bolsas similares (uma marrom – classe baixa, e uma preta – classe alta) são levadas ao mesmo tempo por duas mãos femininas. Pode-se incluir essa questão na parte da transferência de valores proposta por Eco.






O vídeo, mesmo sem exibir nenhuma marca explicitamente, assume um papel educador e reitera a valoração de marcas que existe na sociedade, fato que é reconhecido por Ferrés (1998) como transferência de valores.

A estrutura narrativa não possui um começo meio e fim, pois a intenção é mostrar como as cobras e os lagartos transitam em espaços variados além de se referir ao mundo das compras porque a trama se passa nos bastidores de uma loja de departamentos excêntrica e luxuosa. Esse fato caracteriza a representação do essencial por expressar um conjunto entre a música tema de abertura, que fala sobre a decadência da alta sociedade, também fazendo alusão ao tema que a novela apresenta, e a conversa que essa trilha sonora cria com as imagens mostradas.

Portanto, a representação da mulher negra nos espaços considerados populares reforça o lugar de subalternidade ao qual os personagens e sujeitos negros devem permanecer segundo um pensamento classista e racista.

A hiperssexualização não ocorre nesta vinheta, pois a mulher negra que aparece (mesmo exercitando seu poder de compra) está vestida de forma casual e simples, o que pode ser considerado aliado ao fator da invisibilidade, porque reforça a ideia de que ela deve ser discreta e não chamar atenção nos lugares onde está justamente para não ser vista.

5.6 PÁGINAS DA VIDA

 <p>THIAGO RODRIGUES FERNANDA VASCONCELOS</p>	<p>ÂNGELO ANTÔNIO UMBERTO MAGNANI</p>  <p>MARLY BUENO BETE MENDES</p> <p>REGIANE ALVES</p>
<p>SELMA REIS</p>  <p>MAX FERCONDINI JORGE DE SÁ</p> <p>DOMINGOS MEIRA LUANA CARVALHO</p>	 <p>TARCÍSIO MEIRA como TIDE GLÓRIA MENEZES como LALINHA</p>
 <p>Páginas da Vida</p>	

A proposta da vinheta é o flutuar da folha com paisagens ao fundo, como se conduzisse o telespectador em vários ambientes da cidade do Rio de Janeiro, sob a trilha sonora instrumental da música “Wave” de Tom Jobim. Como a própria emissora apresentou: “A novela retratou o dia a dia de personagens de diferentes classes e idades tendo como eixo a discussão sobre a síndrome de Down.” (MEMÓRIA GLOBO) Apesar dessa descrição, na vinheta não foi identificado o retrato de outras classes sociais, somente a preocupação com mostrar pessoas de idades diferentes (crianças, adultos, homens, mulheres e idosos), mas somente numa perspectiva de bairros nobres.

No vídeo foi possível verificar que a estrutura narrativa se dá pelo acompanhamento da trajetória da folha que cai numa piscina que está refletindo o beijo de um casal, porém não existe um ápice nesse percurso e a música só reflete essa tranquilidade.

Portanto, é possível enxergar uma tentativa de preservar um ideal do Rio de Janeiro como pacífico e até de conservar essa mentalidade de que existem pessoas que vivem esse modelo, contrapondo a ideia de cidade caótica ou que vive apenas no clima da praia e em função da diversão noturna. Essa conotação que as imagens podem ter sobre a representação mais calma dos bairros pode ser entendida como a caracterização da função referencial.

A única pessoa negra que aparece no vídeo é uma moça vestida de calça jeans e camiseta amarela que está num parque de diversão de bairro com algumas crianças em torno dela; um garoto negro corre nas proximidades, mas não fica claro se eles estão juntos porque ela caminha em outra direção. O que provoca a reflexão sobre a posição dúbia dessa moça na cena que pode tanto ser cuidadora dessas crianças (que reforçaria o estereótipo das negras babás e serviçais, fazendo alusão à profissional do lar: babá) ou se existe a possibilidade dela ter sido retratada como sujeito dessa ação, sendo participante e/ou moradora do bairro.

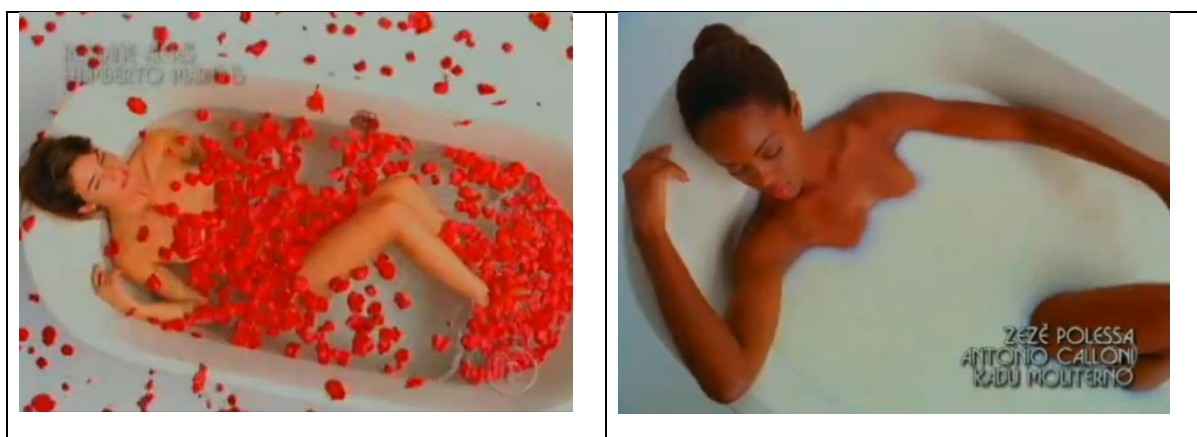
A presença das crianças se torna relevante por saber que a temática da novela é a questão da síndrome de down e dos cinco ambientes que o

vídeo mostra, em três deles aparecem crianças. Sendo assim, é possível afirmar que existe a repetição do essencial nesse vídeo.

No vídeo, de modo geral, as cores frias, como verde, azul e branco são predominantes. Porém existe uma forte incidência de cores como vermelho e amarelo. Elas aparecem muito marcadas apesar do desfoque. Para Ferrés (1998), as cores frias proporcionam maior percepção por meio das emoções, ocasionando uma idealização de realidade perfeita porque o telespectador está projetando a sua emoção na cena. Isso corrobora com a hipótese levantada anteriormente, da abertura em questão estar trabalhando em prol da manutenção de um estilo de vida elitista da cidade do Rio de Janeiro, principalmente na região central.

Sobre a aparição da mulher negra, aqui ela ainda aparece em minoria, pois é a única entre as 5 mulheres presentes no vídeo. Não aparece hipersexualizada, porém ainda podemos encaixar essa referência na subalternidade, porque ela pode tanto ser mãe quanto ser babá dessas crianças. No segundo caso ela se encaixaria como numa posição subalterna já que esta não é uma profissão reconhecida e valorizada. Pelo contrário, durante o período escravocrata esse era o papel das mulheres negras, servir e cuidar dos filhos da patroa.

5.7 BELEZA PURA







A vinheta de Beleza Pura nada condiz com a descrição da novela: “Passada em Niterói, Beleza Pura apresentou o drama de um engenheiro aeronáutico que se sente responsável por um acidente aéreo.” (MEMÓRIA GLOBO). O vídeo de abertura apresenta seis mulheres que estão passando por tratamentos de beleza ao som da música homônima. Porém, a autoria e a letra são de Caetano Veloso que fala sobre a mulher negra na Bahia, sendo assim, a música pouco dialoga com o enredo da vinheta, exceto pelo seu refrão, pois o conteúdo da letra musical destoa ao tratar da beleza negra, que não se compra/vende, até porque difere da perspectiva da negra da Bahia com enfeites e adornos com referências africanas.

Além de existir uma contradição entre SPA como processo de embelezamento, o consumo e o poder aquisitivo quando o título está se referindo à belezas naturais, a vinheta provoca reflexões sobre a irrelevância do dinheiro em relação à beleza, ser ou não ser belo como independente do poder de compra.

Deveria fazer referência aos personagens, no mínimo ao enredo da novela, porque se entendeu no presente trabalho que a vinheta indica início, o fim e delimita o contorno do roteiro, além de dar uma previa sobre o que se passa, então a ausência de referência à personagens negros da novela, é um fator curioso e que não segue o padrão das demais.

Na música original, o final das estrofes é “Dinheiro não / A pele escura / Dinheiro não / A carne dura / Dinheiro não” e na abertura da novela a frase ‘a

carne dura' é suprimida da letra, pois o cantor repete apenas 'beleza pura' diversas vezes. Isso é visivelmente a repetição do essencial proposta por Ferrés. Junto com essa repetição, foi possível observar que das seis moças/modelos que compõe a abertura, duas são negras e dessas, a de pele mais escura é vista mais vezes no início do vídeo. Podendo caracterizar uma gradual representação positiva da modelo negra que está ocupando um espaço de protagonista, ainda que de forma hiperssexualizada.

Além disso, a inibição do termo 'a carne dura' foi louvável, pois é um adjetivo utilizado para designar a pele escura, significando a sua resistência e força (inclusive uma justificativa para a exploração do povo negro). Se houve o cuidado em não colocar essa frase, pode se considerar que a emissora estava preocupada com a interpretação dos receptores, considerando que esse termo poderia provocar uma leitura errônea do vídeo.

Já a função referencial se contradiz, porque as imagens transmitem o conceito de que a beleza é para todas, enquanto a música descreve os hábitos tidos por uma mulher negra baiana, ao mesmo tempo em que ele associa o "Dinheiro não" com a "Beleza pura", ou seja, a mulher negra descrita é muito bela, porém não tem condições financeiras. Reforçando novamente o estereótipo de mulher negra sedutora da periferia.

A ideia de sedução pode ser compreendida pelo uso das cores. A brincadeira do contraste entre branco e preto percorre toda a narrativa, posicionando a mulher negra numa banheira com líquido branco e a mulher branca numa banheira com líquido marrom, a mulher negra com pedras brancas nas costas e vice-versa. Importante lembrar aqui da citação feita na sessão 2.1 a respeito da formação da identidade da mulher negra a partir do referencial da mulher branca (p. 30). Já os outros itens que compõe as cenas são nas cores rosa e vermelho, simbolizando feminilidade. O batom vermelho é usado somente em algumas mulheres brancas e o marrom nas negras e em uma mulher branca.

No final todas usam um vestido vermelho e desfilam lado a lado como símbolo desse padrão de beleza que a novela tenta mostrar que engloba todos

os tipos de mulher, sendo a loira, a negra, a nipônica e a morena. Porém, isso é problemático, não temos nenhuma mulher de cabelo curto, nenhuma acima do peso ou com pêlos no corpo, por exemplo. Ou seja, ainda existe a reprodução de um censo comum de beleza: alta, magra, cabelos longos e que adere aos tratamentos estéticos para alcançar esse status de elegância. É a exposição do corpo feminino nas dimensões: saúde, bem-estar e sensualidade junto com a questão do poder aquisitivo capaz de comprar este dia de noiva/princesa, a fim, é claro de elevar a auto-estima, mas também de se tornar mais atraente.

É visível ainda a função de contato das mulheres negras que aparecem na vinheta. Durante toda a sequência e exibição das técnicas de “embelezamento” as mulheres estão sendo observadas sem alterar seu comportamento, apenas as mulheres negras fazem contato visual com o telespectador.

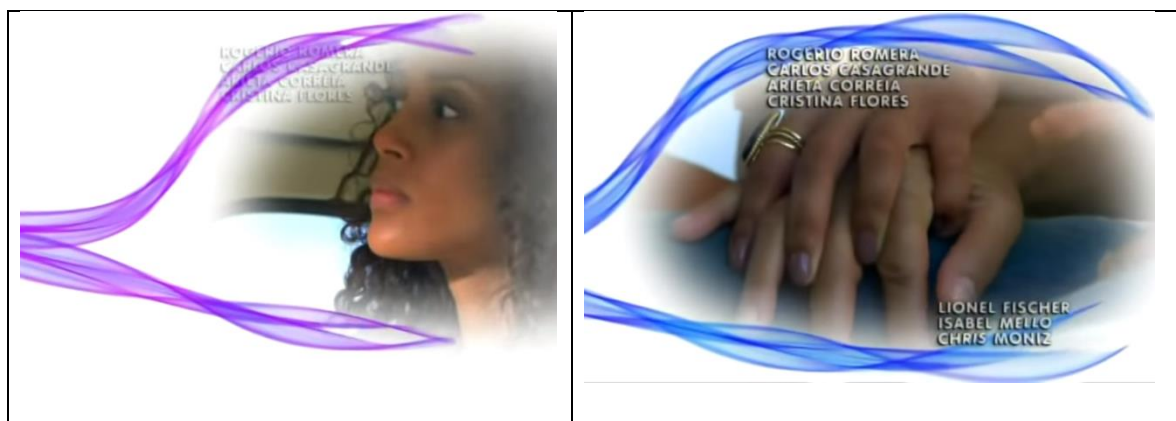
Portanto, a função estética, referencial e metalinguística se tornam aparentes a essa altura do vídeo, porque o conjunto de imagens busca o tempo todo reforçar o conceito de padrões de beleza, sobre a definição de beleza feminina: como estar produzida, o que usar (vestido e salto alto), o que passar na pele (hidratantes e produtos de beleza), como o rosto deve estar maquiado, os cabelos domados, as unhas pintadas e outros processos pelos quais as mulheres passam. A própria estrutura narrativa constrói uma ânsia pelo momento em que as modelos vão aparecer prontas após toda preparação e passagens por uma sucessão de tratamentos de beleza.

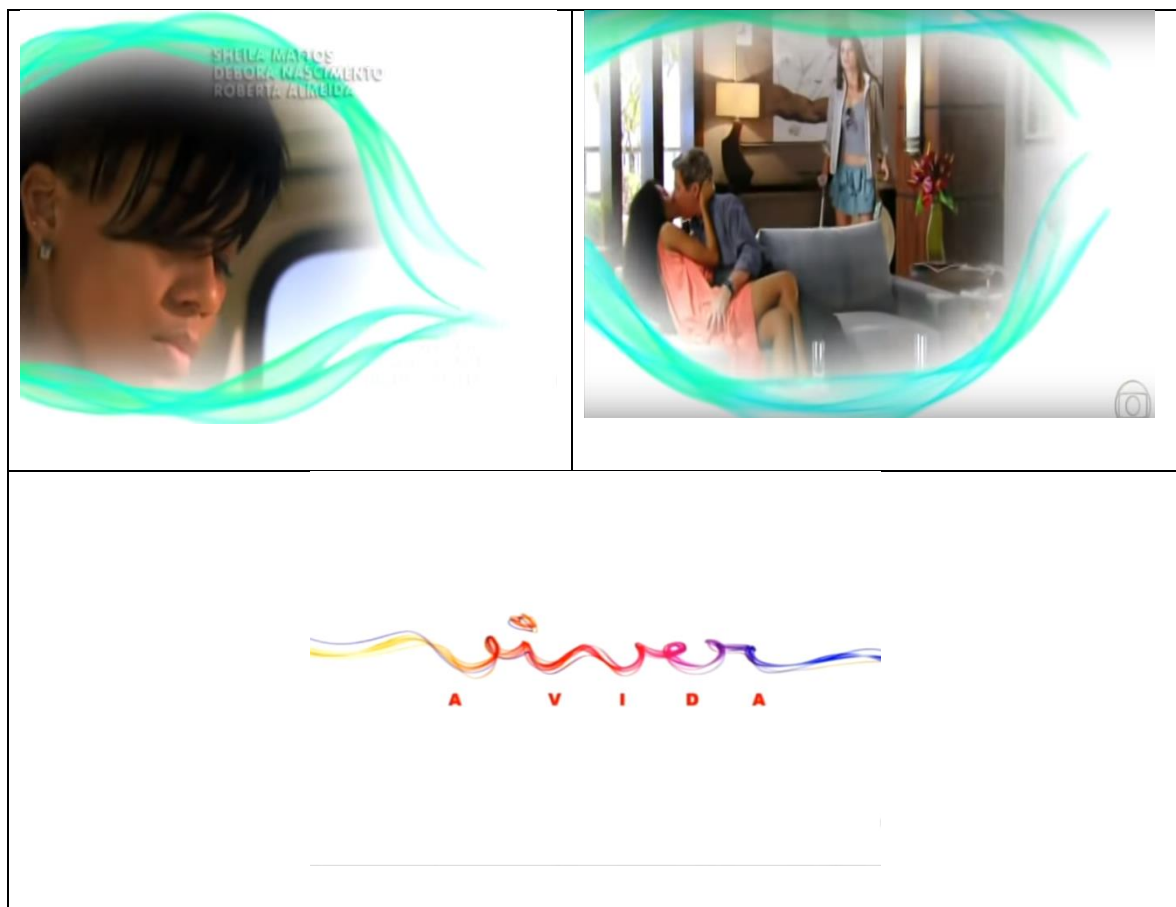
Um deles bastante problemático, é o banho de leite. A modelo negra está submersa numa banheira com um líquido branco, o que nitidamente faz referência à métodos utilizados para clarear a pele. Logo, subentende-se que, além dos benefícios hidratantes, neste caso, não foi sem fundamentos que a modelo negra foi escolhida para essa cena. O contraste com a pele, provoca essa sensação do branqueamento como algo positivo, conversando diretamente com as teorias racistas do século XIX.

Outro fator que permite essa interpretação, é a imagem da sobreposição entre as duas mulheres (branca e negra) como um “libertar-se”, como um desejo intrínseco pelo processo de branqueamento ou ainda, um “banho de loja” resolveria a questão e tornaria a mulher negra mais bonita e dentro dos padrões aceitos socialmente. Mantendo a mulher, não só as negras, inseridas dentro de uma lógica de “domesticação” aos moldes masculinos.

A hiperssexualização ocorre com as seis moças presentes no vídeo, já que elas são retratadas a partir de um lugar de sedução, o objetivo desejado após a realização dos tratamentos estéticos. Não se pode afirmar neste vídeo que a mulher negra é minoria, pois temos 2 negras, 2 loiras, 1 morena e 1 nipônica. Sobre subalternidade, o vídeo a coloca no mesmo patamar de consumo que as outras, portanto, ela faz parte dessa realidade e não está sendo subjugada nesse caso.

5.8 VIVER A VIDA





Viver a vida foi a sétima novela emplacada por Manoel Carlos na Rede Globo. O autor, que tem o costume de batizar suas protagonistas de Helena desde 1981, teve pela primeira vez uma Helena jovem e negra. Mais uma vez, Taís Araújo foi pioneira e deu vida a uma modelo de sucesso que decide renunciar a carreira para se casar com um empresário 20 anos mais velho.

O tema principal era “a força de superação conduzia a novela, que trazia uma Helena diferente das anteriores criadas pelo autor: uma jovem negra” (MEMÓRIA GLOBO). A trama que também foi ambientada no Rio de Janeiro, era superação, buscava apresentar uma visão otimista perante situações adversas que surgem na vida, como a descrição do próprio portal Memória Globo (2013) apresenta: “Como em sua novela anterior, Páginas da Vida (2006), o autor Manoel Carlos voltou a associar entretenimento a mensagens de esperança e crença em uma vida feliz, a despeito das dificuldades e das tragédias pessoais”.

A vinheta de abertura conta com trilha sonora de Tom Jobim, com a música “Sei lá, a vida tem sempre razão” afirmando que mesmo que a vida trace planos contrários aos que o sujeito pretende/traçou para si, a postura diante desses imprevistos da vida deve ser otimista e confiante.

Os quadros evoluem a partir de um fio condutor que envolve suavemente as fotos, formando uma moldura, enquanto muda de cor de acordo com as imagens num plano sequência. As cores partem do rosa para o roxo, em seguida para o azul escuro, que clareia lentamente para tons de azul claro, em seguida verde claro, amarelo, vermelho, retornando ao rosa e não aparentam ter algum significado para a vinheta. Mas pode-se interpretar que essas alterações representam as mudanças que ocorrem ao longo da vida, quando menos se espera, o ‘fio muda de cor’ e outra cena é colocada em quadro, assim como as diversas reviravoltas que ocorreram na novela.

No momento em que as personagens entram em cena a fita está azul escura e quando termina de emoldurar o acontecimento está passando do verde claro para o amarelo, isso se repete em todos os quadros.

Na primeira cena, Helena está em um avião, ao lado da personagem de sua irmã, Sandra, que é interpretada pela atriz Aparecida Petrowki. Helena exibe cachos longos, enquanto sua irmã tem o cabelo alisado e curto, esse contraponto é passível da seguinte interpretação: o cabelo crespo e natural usado por Helena, que é uma profissional da moda, bem sucedida, cosmopolita e adulta, é longo por consistir num símbolo feminino de sedução. Sua irmã, Sandra, é uma jovem questionadora, moradora da periferia, com perfil andrógono, cabelos curtos e masculina em seus traços, representando um indivíduo mais marginalizado, ou seja, num lugar de subalternidade.

As duas sentadas com as mãos sobrepostas em sentido de união, usando inclusive alianças dá indícios de que as mulheres precisam se juntar para serem mais fortes. Cena que dialoga diretamente com o enredo, pois na trama, Helena é o porto seguro de Sandra, que sofre por conta de um relacionamento abusivo e encontra na irmã, um refúgio, além de ser uma forma de se fortalecer. É por esse mesmo motivo que Sandra, está com a cabeça

baixa em expressão de pesar, pois está apostando as fichas na promessa da irmã melhor colocada social/financeiramente para ter uma vida melhor.

A narrativa atinge o ápice no momento em que a enteada de Helena, (interpretada por Alinne Moraes) surpreende os dois se beijando no sofá da sala e começa uma briga, essa cena serve a favor do estereótipo de mulher negra fácil ou antiética, não deixando claro a posição da personagem, que na trama é uma modelo famosa, atual namorada de Marcos – José Mayer, recém separado de Tereza - Lília Cabral, pais da personagem de Alinne Moraes.

A cena anterior se torna confusa, porque o espectador que não tem conhecimento sobre a trama, entende que Marcos e Helena são um casal por conta da imagem, mas a expressão da outra personagem (Alinne) reflete um juízo moral, tornando a situação dúbia e dando margem para a interpretação de que Helena é uma espécie de amante do homem, além dela ser a substituta da mãe e vista como culpada do fim do casal, a filha demonstra esse sentimento de traição e segue buscando um jeito de atingir Helena.

As personagens foram colocadas na abertura posteriormente, pois a primeira vinheta que foi ao ar mostrava apenas o filamento flutuando sobre o fundo branco. Entendeu-se que houve essa alteração para retratar os personagens principais da história criando uma estratégia de transferência de valores e sedução através do uso dos atores e atrizes da novela como forma de atrair a audiência.

Apesar de ter sido enaltecido o fato de que a Helena de Taís Araújo vinha de uma família negra bem estruturada, na novela, e mantinha os traços – principalmente os cabelos crespos – com orgulho, a personagem sofreu diversas críticas, inclusive do público. Apesar da superação ser o foco do enredo, a personagem passou por diversas humilhações desnecessárias:

Vários críticos acusaram a novela *Viver a vida* de não mostrar a realidade de uma mulher negra no Brasil. Uma cena que recebeu muitos comentários desfavoráveis foi a cena em que Helena pede perdão de joelhos à mãe de sua enteada pelo acidente de carro sofrido pela mesma. A mãe, indignada pela situação da filha e culpando Helena pelo incidente, desfere uma bofetada no rosto da protagonista, que exatamente como em novelas do passado, reagiu de forma submissa e não esboçou nenhuma defesa. Críticos e telespectadores consideram que a personagem Helena de *Viver a vida* não teve brilho e apenas reforçou estereótipos relacionados a

personagens negros em telenovelas. (SILVA e ECHEVARIA, 2012, p. 7)

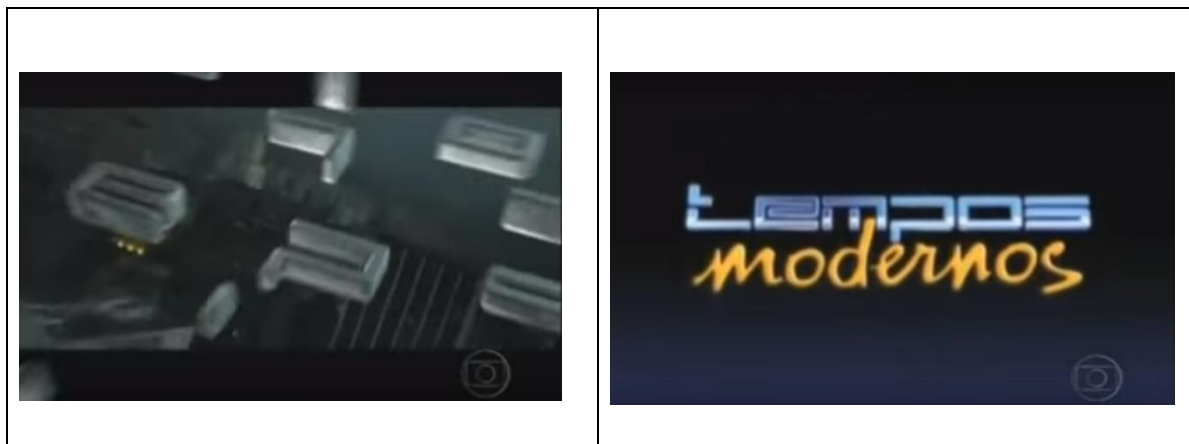
Uma série de problematizações foram feitas por se tratar de outra atitude que reforça o papel do negro e reproduz agressões/violências do período de escravidão. Mesmo sendo uma novela contemporânea, a ideia de submissão dos negros em relação aos brancos está presente. A crítica foi contundente e a personagem foi gradualmente perdendo espaço no tempo das cenas, no protagonismo e nas falas. Quando a atriz, Taís Araújo, fala sobre o ocorrido atualmente recorre ao tom de pesar pelos encaminhamentos dados pelo autor à condução das personagens.

O aspecto que pode ser identificado nessa vinheta é o da hiperssexualização: casal no momento da afetividade, abrindo a porta outra personagem feminina se depara com a cena, porém velada, no contexto da cena descrita acima – onde a filha encontra o casal aos beijos no sofá da sala. Dos outros itens, observou-se que aparece novamente a questão da ascensão social da mulher negra por conta de um relacionamento com um homem branco, apesar do descontentamento da sua família – principalmente porque ele acabou de se divorciar e a atual namorada tem a idade da filha, personagem de Alinne Moraes. Por coincidência, é a mesma personagem que aparece uma vez a mais do que a protagonista durante a vinheta, portanto, entendeu-se que até quando o papel do negro tem maior relevância pra novela, ele é subjugado e o branco acaba tendo um destaque maior, neste caso caracterizando um sintoma de invisibilidade.

5.9 TEMPOS MODERNOS







A vinheta é a observação do comportamento da sociedade atual. Além de ser um reflexo do tema principal da novela: “comédia centrada na relação homem-máquina apresentou um computador como personagem em trama repleta de aparatos tecnológicos” (MEMÓRIA GLOBO), pois se trata de um computador-robô que está analisando e dando ‘closes’ em diferentes apartamentos da cidade.

Começa com um plano geral, depois aproxima a câmera de um prédio, em seguida de suas janelas, alternando com outros prédios para ver como as coisas estão acontecendo dentro de cada um, a câmera aparenta ser literalmente uma câmera eletrônica ou uma câmera de segurança, pois a novela tem a intenção de retratar a relação homem-máquina e como a modernização das relações vem acontecendo. Aqui foi possível observar a repetição do essencial.

Passa por inúmeras casas e ilustra as diversas constituições de família, dando destaque para seis situações. A primeira de um casal interracial, no qual o homem chega engravatado e a mulher negra o convida para deitar puxando-o pela gravata, denotando uma clara hiperssexualização da mulher negra. Na segunda é o homem que fica em casa com as filhas, mostrando a esposa executiva – loira - chegando em casa após o expediente, cena pouco vista na mídia, porque o modelo ‘pai provedor’ e ‘mãe doméstica’ ainda é bastante representado e constituições alternativas de família ou desigualdade

econômica entre mulher e homem, quando a mulher é quem recebe mais, são casos que sofrem ataques e julgamentos morais.

Por conta disso, nesta vinheta foi possível identificar o reforço da negra como objeto sexual e pertencente ao espaço privado e a mulher branca independente, e ainda a reprodução do conceito de mulher negra ‘fogosa e insaciável’ e da mulher branca como ‘direita e trabalhadora’.

Na terceira situação, aparecem duas mulheres, uma mais nova e outra mais velha, aparentemente mãe e filha, a mãe vai costurar pra ela, a câmera sai quando a cortina fecha e a menina está se despindo, enquadrando-se na função referencial porque mesmo sem rotulação, entende-se que são mãe e filha. A quarta é uma família negra, composta por avó, mãe e filhos (também partindo do pressuposto da função referencial) na qual os netos chamam a atenção da idosa que se levanta aos trancos e barrancos para dar uma bronca neles que não a deixam ter sossego.

A quinta é um jantar onde o avô espia a saia da empregada, de pele clara, enquanto ela serve a mesa e é repreendido pelo pai, mas é uma situação encarada como engraçada, mas que precisa ser discutida porque representa a dominação dos empregadores sobre os empregados, ainda que sejam todos de pele clara.

A última também mostra uma empregada que está sozinha com as crianças, e no momento em que ela deveria estar trabalhando, está tocando guitarra com a vassoura e fazendo “bagunça” com eles, essa funcionária tem o cabelo crespo e armado, mas tem a pele clara. Portanto, observou-se uma série de estereótipos presentes nesses casos relatados pela vinheta, inclusive o penteado ‘Black Power’ associado à baderna, desorganização e irresponsabilidade.

O tema da abertura é a música Tempos Modernos interpretada por Myllena, que fala sobre a dominação das ferramentas tecnológicas sobre a vida moderna. O conjunto da obra explicitamente tem a intenção de ser cômico, porém é infeliz por contribuir para a reprodução de imagens equivocadas.

6 CONCLUSÃO

Este Trabalho de Conclusão de Curso se propôs a descobrir de que maneira as mulheres negras foram representadas nas vinhetas de abertura das telenovelas da Rede Globo na primeira década do Século XXI. A análise das vinhetas foi feita com base em três categorias: hiperssexualização, invisibilidade e subalternidade.

A partir disso, a primeira constatação foi que das 59 novelas exibidas no período das 18 às 21 horas, apenas 9 mostravam mulheres negras, caracterizando um quadro grave de invisibilidade. Dentre as análises de cada uma das nove aberturas, este foi o fator que permaneceu em evidência.

Em segundo lugar, atrelado ao primeiro item, percebeu-se que nas poucas vezes em que a mulher negra aparecia, ela estava representada numa classe social inferiorizada, exceto Beleza pura e Viver a vida. Em uma das vinhetas selecionadas as escravas são retratadas nas sombras – fato que deve ser problematizado, pois reproduz o modo de enxergar o povo negro.

Constatou-se ainda que nos vídeos nos quais as mulheres negras aparecem, em apenas um deles houve uma situação de equilíbrio entre mulheres brancas e negras: a vinheta da novela Beleza Pura. Por outro lado, esta foi a vinheta em que a hiperssexualização apareceu de forma mais explícita, seguida por Da cor do pecado, Tempos Modernos e Mulheres Apaixonadas. A partir disso, é possível concluir que existe uma representação maior da mulher negra quando se tratam de questões relacionadas ao corpo e exploração da beleza.

A hipótese inicial acreditava que esta – a hiperssexualização - seria o fator mais visível e o estereótipo mais freqüente relacionado a esse grupo, porém, a invisibilidade atrelada à subalternidade foram dois pontos que emergiram de forma surpreendente.

Observou-se que das quatro novelas do autor Manoel Carlos exibidas nesse período, três apresentam mulheres negras na abertura Foi também em uma novela de sua autoria que a televisão apresentou a primeira protagonista

negra da história. Ainda assim, suas novelas são problemáticas no sentido de que a mulher negra pertence ao núcleo menos valorizado e quando ela tenta uma ascensão por si só – caso da Helena, de Taís Araújo, que tinha uma carreira de modelo – ela sofre um forte julgamento e inferiorização da personagem em detrimento de outra personagem branca, que em diversas discussões, foi defendida como se fosse a protagonista do enredo.

O que inicialmente foi recebido como um reconhecimento pela trajetória da atriz, ao ser protagonista do autor, logo se tornou um peso insustentável. A exuberância da personagem Helena, transmitindo requinte e altivez, foi substituído por longas cenas de muita tristeza, apatia e falta de vida, além de alteração drástica no figurino. Inclusive, alterando a postura em cena – altivez e para submissão. A crítica maior se deu na cena exibida no mês de novembro quando, de joelhos, Helena é responsabilizada pelo acidente ocorrido com a enteada.

A questão da ascensão social através das relações interraciais é uma característica presente em quatro vinhetas estudada. A combinação entre trama – música e vídeo, que busca resumir a novela em mensagens simplificadas, consegue transmitir alguns pontos relevantes da trama, porém, sua construção narrativa permite uma interpretação errônea quando se trata das relações entre figuras de diferentes etnias. A preocupação com a técnica e a abrangência do público acaba precarizando a qualidade das mensagens que o gênero televisivo em questão aborda.

As telenovelas e séries, bem como as propagandas, são responsáveis por elaborar e propagar modelos de identidade (reificar lugares sociais) que serão referência para o espectador. Por isso, é necessário que haja uma igualdade racial e papéis de atores e atrizes em contextos mais positivos.

Percebeu-se então que a mulher negra é retratada poucas vezes na mídia brasileira. O resultado que a análise apresentou foi de que somente 10% das vinhetas que compuseram o corpus de pesquisa tiveram a preocupação de incluir essa figura nas vinhetas. A partir dos dados encontrados, foi possível

desenvolver uma métrica que permitiu identificar neste universo, que a cada 6 vinhetas com mulheres brancas, aparece 1 com mulheres negras.

A mídia coloca mulheres negras em alguns papéis tradicionalmente negros, como de escravas, empregadas ou sedutoras, sem se preocupar com possíveis interpretações relacionadas aos aspectos tratados no trabalho. Justamente por conta desse imaginário social de que essa é a posição que mulheres negras devem ocupar em determinados espaços e situações.

Na relação entre as cenas encontradas foi possível ver que existe uma reprodução do mito “princesa - donzela- domesticada” (branca) em oposição “guerreira- agressiva - pecado” (negra), principalmente nas aberturas de Mulheres Apaixonadas e Tempos Modernos.

Além disso, pode-se concluir que a mulher negra é mostrada nas vinhetas de novela como uma mulher pobre em busca de um poder de compra/ascensão social através de relacionamentos interracialis ou ainda como alguém que está disposta a servir. Por último, observou-se também que a mulher negra aparece solitária na maioria das vezes. Ou então rodeada de crianças, parceiros ou amigas/os, mas sem a presença de outras mulheres negras, exceto pela abertura de Beleza Pura, onde as mulheres estão em um papel de sedução. Sendo assim, atrair é considerado uma habilidade da mulher negra, mas em situações profissionais ou intelectuais, sua performance não são valorizadas.

Os últimos 3 anos analisados apresentam maior número de novelas que trouxeram negras na abertura, o que pode ser atribuído aos movimentos sociais feminista e negro que buscam pautar publicamente seus desafios cotidianos. Por fim, respondeu-se ao problema de pesquisa com a conclusão de que as negras não possuem referências midiáticas suficiente. Nas poucas aparições com as quais elas poderiam se identificar, as personagens estão em situações pouco valoradas socialmente, pois os poucos retratos, infelizmente continuam sendo em posições subalternas e que naturalizam a hiperssexualização.

É importante salientar que a hiperssexualização que foi a primeira hipótese testada, foi derrubada após a análise. Se trata da representação que

mais vive no censo comum e apesar de insatisfatória, não se pode negar que é uma representação existente.

Dentre as novelas analisadas, existe também uma predominância da cidade do Rio de Janeiro como plano de fundo para as novelas nas quais as vinhetas trouxeram mulheres/personagens negras, aparecendo em sete das nove novelas observadas, somente *Tempos Modernos*, se passa em São Paulo e *Sinhá Moça* que gira em torno da cidadezinha de Araruna – Paraná.

Após descoberta de que o Rio de Janeiro foi a cidade com maior número de escravos no mundo no período de 1800 e 1850; segundo recenseamento realizado em 1848, dos 260 mil habitantes, 110 mil eram escravos (ALENCASTRO, 2016). Confirmou-se então que muitos dos resquícios de racismo se dão por conta da herança do período da escravidão e é necessário que os meios de comunicação assumam um posicionamento crítico para que essa violência, ainda que sutil em várias situações e mascarada em outros aspectos, seja cada vez menos reproduzida e assim possa contribuir para a valorização real e oferecer o reconhecimento devido às culturas que permanecem construindo o país.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAUJO, J. Z. **A negação do Brasil: O negro na telenovela brasileira.** São Paulo: Senac, 2000.

BATISTA, L.; LEITE, F. (Org.) **O Negro nos espaços publicitários brasileiros: perspectivas contemporâneas em diálogo.** São Paulo : Escola de Comunicação e Artes/ USP : Coordenadoria dos Assuntos da População Negra, 2011.

BALOGH, A M.

Poética da imagem e TV: vinhetas de abertura e encerramento em program as ficcionais brasileiros. Dossiê Rumores, n. 17, vol 9; 2015.

BENTO, M. Branqueamento e branquitude no Brasil. In: CARONE, Iray; BENTO, Maria Aparecida Silva (orgs.). **Psicologia Social do Racismo.** Rio de Janeiro: Petrópolis. Vozes, 2002, p. 25-58.

BUTLER, J. P. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade.** Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 2003. 236 p. Tradução de Renato Aguiar

CHARAUDEAU, P. Uma problemática comunicacional dos gêneros discursivos. **Revista Signos** - Número Especial Monográfico, Universidade de Paris XIII, França, V. 01, p 77 – 90. 2010

CORRÊA, M. Sobre a invenção da mulata. **Cadernos Pagu**, São Paulo, v. 6-7, p.35-50. 1996

COUCEIRO DE LIMA, S. M. **A personagem negra na telenovela brasileira: alguns momentos.** Revista USP, São Paulo, nº 48, p. 88-99, dezembro/fevereiro 2000-2001

DOURADO, J. L. **Rede Globo: mercado ou cidadania?.** Teresina: EDUFPI, 2011.

DAVIS, Ângela. **Mulher, Raça e Classe.** Tradução Livre, Plataforma Gueto, 2013

DUARTE, E. B. **Televisão: entre gêneros, formatos e tons..** XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Santos, 2007.*****

FERRÉS, Joan. **Televisão subliminar: socializando através de comunicações despercebidas**. Porto Alegre: Artmed, 1998.

GORDILLO, I. **La hipertelevisión: géneros y formatos**. Quito: Quipus, 2009.

HOLANDA, H.B. **Telenovela, consumo e gênero: “muitas mais coisas”** Bauru, SP: EDUSC, 2003.

HORKEIMER, M.; ADORNO, T. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

KAMEL, A. **Não somos racistas: uma reação aos que querem nos transformar numa nação bicolor**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006

MALCHER, M. A. **Teledramaturgia: agente estratégico na construção da TV aberta brasileira**. São Paulo: INTERCOM, 2009.

MARQUES DE MELO, J. **As telenovelas da Globo: produção e exportação**. São Paulo: Summus, 1988.

MELO, J. **A metamorfose da comunicação no século XXI: panorama visto do campus**. São Paulo: INTERCOM, 2011.

MUNANGA, K. **Negritude: Usos e sentidos**. São Paulo: Ática, 1988.

PUGLISI, M.L.; FRANCO, B. **Análise de conteúdo**. Brasília: LíberLivro, 2005.

MURARO, R.; PUPPIN, A. B. **Mulher, gênero e sociedade** Rio de Janeiro: Ed. FAPERJ, 2001

RAMOS, J. **Televisão, publicidade e cultura de massa**. Petrópolis: Vozes, 1995.

RAMOS, S. **Mídia e racismo**. Rio de Janeiro: Pallas, 2002.

SOUZA, J. B. **Meios de comunicação de massa**. São Paulo: Scipione, 1996.

UMBERTO, E. **Apocalípticos e integrados. Direitos exclusivos para a língua portuguesa**. Editora Perspectiva S.A. São Paulo, 1970.

WOLTON, D. **Informar não é comunicar**; tradução de Juremir Machado da Silva. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GONZALEZ, L. Por um feminismo Afro-latino-americano. In: **Caderno de Formação Política do Círculo Palmarino - Batalha de Ideias**. Disponível em:

http://disciplinas.stoa.usp.br/pluginfile.php/271077/mod_resource/content/1/Porto%20um%20feminismo%20Afro-latino-americano.pdf

JESUS, T. S. ; Santana ; Correia ; Alfred ; Cruz . DESVENDANDO APARÊNCIA - a representação subalterna e de estereótipo da população negra na novela Insensato Coração. In: VI JORNADA INTERNACIONAL DE POLÍTICAS PÚBLICAS: O DESENVOLVIMENTO DA CRISE CAPITALISTA E A ATUALIZAÇÃO DAS LUTAS CONTRA A EXPLORAÇÃO, A DOMINAÇÃO E A HUMILHAÇÃO, 2013, MARANHÃO. VI JORNADA INTERNACIONAL DE POLÍTICAS PÚBLICAS: O DESENVOLVIMENTO DA CRISE CAPITALISTA E A ATUALIZAÇÃO DAS LUTAS CONTRA A EXPLORAÇÃO, A DOMINAÇÃO E A HUMILHAÇÃO, 2013.

GARCIA, S. N. . A nossa telinha: a TV brasileira e seu desenvolvimento, do preto e branco ao digital, a partir de políticas públicas e comerciais. In: Colóquio Internacional da Escola Latino-americana de Comunicação, 2011, Araraquara. Comunicação na América Latina: pensamento e ação, 2011.

ECHEVARRIA, Felipe Rodrigues & SILVA, Veronice Mastella. De **coadjuvantes a protagonistas: a representação da população negra na teledramaturgia**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Chapecó - SC – 31/05 a 02/06/2012

Ismael Cardoso, Portal Terra – Da válvula ao 3D: os 60 anos da TV no Brasil. Disponível em: <<https://tecnologia.terra.com.br/eletronicos/da-valvula-ao-3d-os-60-anos-da-tv-no-brasil,eb196f99d55ea310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>>. Acesso em 13 de julho de 2016.

Cecília Bizerra, Carta Capital - O racismo se mantém no espaço midiático. Disponível em: < <http://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/o-racismo-se-mantem-no-espaco-midiatico-5348.html>>. Acesso em 13 de julho de 2015.

Conceito.de - Conceito de estereótipo. Disponível em: <<http://conceito.de/estereotipo>>. Acesso em 13 de julho de 2016.

Conceito.de - Conceito de socialização. Disponível em:
<<http://conceito.de/socializacao>>. Acesso em 13 de julho de 2016.

Negócios Globo - Atlas de Cobertura. Disponível em:
<<http://comercial2.redeglobo.com.br/atlasdecobertura/Paginas/Totalizador.aspx>
>. Acesso em 13 de julho de 2016.

Deborah Dettmam Matos, Âmbito [Jurídico.com.br](http://www.ambito-juridico.com.br) - Racismo científico: O legado das teorias bioantropológicas na estigmatização do negro como delinqüente. Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=7448>. Acesso em 13 de julho de 2016.

