****

**FACULDADE ANÍSIO TEIXEIRA**

COLEGIADO DOS CURSOS DE JORNALISMO E PUBLICIDADE E PROPAGANDA

CURSO DE BACHARELADO EM JORNALISMO

BRUNA NASCIMENTO DE OLIVEIRA

LUIZ EDUARDO MARQUES RODRIGUES

**CONVERSA PRETA: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O PRIMEIRO E TERCEIRO EPISÓDIO DO PROGRAMA**

FEIRA DE SANTANA, BA

JUNHO, 2021

BRUNA NASCIMENTO DE OLIVEIRA

LUIZ EDUARDO MARQUES RODRIGUES

**CONVERSA PRETA: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O PRIMEIRO E TERCEIRO EPISÓDIO DO PROGRAMA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como pré-requisito obrigatório para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo, na Faculdade Anísio Teixeira.

Orientadoras: Prof. Andréa Souza e Profa. Ma. Daniela Costa Ribeiro.

FEIRA DE SANTANA, BA

JUNHO, 2021

**CONVERSA PRETA: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O PRIMEIRO E TERCEIRO EPISÓDIO DO PROGRAMA**

Bruna Nascimento de OLIVEIRA[[1]](#footnote-0), Luiz Eduardo Marques RODRIGUES[[2]](#footnote-1), Andréa SOUZA[[3]](#footnote-2), Daniela Costa RIBEIRO[[4]](#footnote-3)

**RESUMO**

Este estudo teve como objetivo analisar os três primeiros episódios exibidos do programa Conversa Preta, para verificar como são abordados os temas: Identidade, racismo e representatividade. Para tanto, foi realizada uma pesquisa qualitativa e exploratória a partir da seleção de 3 vídeos no seguinte site: <https://gshow.globo.com/Rede-Bahia/conversa-preta/>. Os dados foram analisados através do método de Análise de Conteúdo de Bardin (2009), e a coleta de dados foi ancorada na pesquisa documental, na definição de Marconi e Lakatos (1990). Os resultados revelaram que as discussões abordadas no programa Conversa Preta sobre racismo, representatividade e identidade são pertinentes, e a mídia televisiva pode ter um papel extremamente relevante na construção da identidade negra.

**Palavras-chave:**Identidade, racismo, representatividade

**ABSTRACT**

This study aimed to analyze the first and third episodes shown on the Preta Conversation program, in order to verify how the following themes are approached: Identity, racism, representation. Therefore, a qualitative and exploratory research was carried out from the selection of 3 videos on the following site: https://gshow.globo.com/Rede-Bahia/conversa-preta/. Data were analyzed using Bardin's (2009) Content Analysis method, and data collection was anchored in documentary research, as defined by Marconi and Lakatos (1990). The results revealed that the discussions addressed in the Preta Conversation program about racism, representation and identity are relevant, and the television media can play an extremely relevant role in the construction of black identity.

**Keywords:**Identity, racism, representativeness

1. **INTRODUÇÃO**

Conversa Preta é um programa da Rede Bahia, tem como tema central o racismo e o protagonismo negro. O referido programa é exibido pela TV Bahia, emissora da Rede Bahia, afiliada da Rede Globo, para todas as localidades do estado as quais têm cobertura da Rede Bahia, sempre aos sábados após a apresentação do Jornal Hoje.

Comandado pelo ator, escritor e apresentador Aldri Anunciação, a estreia do programa contou com dois episódios na primeira temporada nas seguintes datas: 15 e 29 de agosto de 2020. O formato do programa conta com experiências pessoais, rodas de conversas, atrações musicais e observou-se que os convidados foram todos negros. Assim, o programa Conversa Preta, abordou a temática do racismo e o seu impacto cultural e social na sociedade.

Observou-se que o programa compila diversos assuntos que se relacionam com o racismo. Segundo Aldri, “o convite que me fizeram de estar no programa passa pela minha vontade de encontrar novos caminhos para abordar esse racismo além do factual”, e vê também a exibição do programa como um espaço de entretenimento.

A diretora e idealizadora do Conversa Preta, Mira Silva, conta que a representatividade é uma das raízes da criação do programa: “Se você como pessoa preta não se vê em determinados espaços da sociedade, você acredita que não é capaz de chegar ali”. De acordo com a diretora do programa, os três episódios iniciais reuniram um cast de apresentação e reportagem todo negro, tanto da TV Bahia quanto das afiliadas do interior. “A importância do programa passa por aí, produzido em um contexto de pretos e de pretas”, afirma Mira.

A justificativa da pesquisa se pautou nos dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Pesquisa (IBGE) do ano de 2019, 56,2% da população do Brasil se declara preta ou parda, enquanto 42, 7% branca. E, especificamente, a população da Bahia é majoritariamente declarada preta (22,5% contra 18,7%). Porém, ainda assim, o racismo está diretamente presente no cotidiano da população e a cor da pele é o fator principal das desigualdades.

A pergunta que norteou a pesquisa foi: a perpetuação do preconceito racial em nosso país revela a existência de um sistema social racista que possui mecanismos para produzir desigualdades raciais dentro da sociedade?

A temática abordada na pesquisa foi de grande relevância, pois segundo o IBGE (2009), no Brasil, os negros perfazem 51,2 % da população brasileira. Além disso, a maior parte dos estudos tem mostrado que, em comparação com a composição da população, esse grupo é percentualmente pouco retratado nos meios de comunicação (Araújo, 2004). No entanto, apesar de algumas pesquisas recentes terem revelado que nos últimos anos tem havido um incremento dessa proporção, as investigações mostram que os papéis associados às minorias raciais ainda estão impregnados de estigmas sociais.

A pesquisa em questão teve como objetivo geral analisar como são abordados os temas: identidade, racismo e representatividade. Os objetivos específicos da pesquisa foram: verificar se as discussões no programa apontam para o avanço ou retrocesso no que diz respeito ao racismo ao longo do tempo na sociedade; Analisar se mesmo com o protagonismo negro, o estigma sobre racismo continua evidente na vida dos entrevistados do programa; Apontar se as abordagens no programa trazem a questão da invisibilidade da população negra nos meios de comunicação.

O recorte metodológico no presente trabalho teve como base a pesquisa qualitativa na conceituação de Minayo, que diz:

Pesquisas qualitativas, “entendidas como aquelas capazes de incorporar a questão do significado e da intencionalidade como inerentes aos atos, às relações e às estruturas sociais, sendo essas últimas tomadas tanto no seu advento quanto na sua transformação, como construções humanas significativas” (MINAYO, 2006, p. 22-23).

A coleta de dados foi ancorada na pesquisa documental, na definição de Marconi e Lakatos (2010, p. 157). De acordo com os autores, a característica da pesquisa documental é que a fonte de coleta de dados está restrita a documentos, escritos ou não, constituindo o que se denomina de fontes primárias.

Para atender aos objetivos da pesquisa, foi realizada a seleção de dois vídeos retratando o primeiro e terceiro episódio do programa conversa preta no seguinte site: <https://gshow.globo.com/Rede-Bahia/conversa-preta/>. Os vídeos foram analisados através do método de Análise de Conteúdo de Bardin (2009). Segundo o autor, a análise de conteúdo, enquanto método, torna-se um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens.

 No que diz respeito ao desenvolvimento da pesquisa, o tópico 2 traz a discussão: Racismo no Campo da Comunicação. Neste tópico abordou-se que o fenômeno do racismo se manifesta de diferentes maneiras, indo além da esfera pessoal e das relações interpessoais, podendo agir também em ambientes culturais, políticos e operar em objetos socialmente construídos para reforçar sua influência social.

No tópico 3, a abordagem centrou-se sobre: Representatividade do Negro na Mídia. Esse tópico discorre que: a apresentação da população negra em noticiários, telenovelas, peças publicitárias e jornalísticas o racismo é silenciado e aponta para a perpetuação dos estereótipos, esquivando-se sempre da função de esclarecimento histórico, social e político. E quando aparece o negro em alguns papéis são representados como: criminosos e carentes nas periferias ou modelos isolados de superação nos noticiários, famílias pobres ou empregadas domésticas nas telenovelas.

 No que diz respeito ao tópico 4, Identidade Negra nos Meios de Comunicação a abordagem centrou-se sobre o cenário brasileiro, onde os negros são representados de forma estereotipada na maior parte dos meios de comunicação. A mídia televisiva, por exemplo, não apresenta imagens que retratam a identidade negra e nem discussão sobre o tema, tão pouco promove a visibilidade do negro em papeis sociais relevantes.

Com relação ao tópico 5 o estudo apontou a Análise dos três Episódios relacionado às teorias que serviram de base para a pesquisa.

1. **RACISMO NO CAMPO DA COMUNICAÇÃO**

A ideia de que o Brasil tem uma democracia racial vem sendo desconstruída ao longo do tempo, mas ainda está presente no imaginário e atitudes de muitos. O fenômeno do racismo se manifesta de diferentes maneiras, indo além da esfera pessoal e das relações interpessoais, podendo agir também em ambientes culturais, políticos e operar em objetos socialmente construídos para reforçar sua influência social.

  No campo da Comunicação, as práticas racistas nem sempre se caracterizam pela sua representação explícita nos jornais e demais produtos relacionados à mídia. Muitas vezes, a ação discriminatória se dá a partir da omissão de opiniões ou informações, ou seja, quando não há estímulo ao debate sobre a violência física e simbólica da qual a população negra é alvo. No livro Micropoderes, macroviolências, a autora faz a seguinte observação sobre o assunto, definindo bem essa questão:

[...] não há evidência de vinculação mecânica, intencional, entre o noticiário negativamente discriminatório e as vítimas afrodescendentes, mas se pode estabelecer uma homologia entre a hierarquia noticiosa e a hierarquia racial [...]. Hierarquia que aprisiona o negro nas tramas de um processo que lhe é, a todos os títulos, desfavorável, com prejuízos permanentes a uma prática de cidadania. (VARJÃO, 2008, P. 168).

Também, a existência de um forte racismo no Brasil ainda é um tema considerado tabu, tanto pela falta de debate público sobre o assunto quanto pela dificuldade que diversos setores da sociedade têm em reconhecer e admitir os seus preconceitos, que influenciam tanto as relações interpessoais quanto as instituições. O livro Mídia e racismo aponta que em quase todas as esferas da sociedade brasileira “admitir a existência do racismo gera culpa, ansiedade, impotência, vergonha e raiva; e, de novo, negação” (RAMOS, 2007,p. 7). Também o autor diz:

(...) precisamos de uma mídia capaz de expor os exemplos para as pessoas verem os inúmeros campos de atividade ocupados com sucesso por negros. Uma mídia capaz também de desmontar o mito que as sociedades capitalistas geram, de que as pessoas vencem sempre pelo seu esforço individual. Então, o juiz negro é visto sempre como resultado de um esforço sobre-humano ou de um ato heróico, pois ele quis estudar, encarou a vida e pronto. Nós nunca acreditamos que o coletivo acaba tendo um peso sobre a vida das pessoas e sobre a sua trajetória individual. (RAMOS, 2007. p. 40).

A tendência da mídia de evitar alimentar o debate sobre o racismo pode ser explicada por uma preferência pessoal, ou até mesmo inconsciente, de muitos profissionais em separar a correlação entre violência física e violência simbólica. A pesquisa “Imprensa e racismo”, realizada pela ANDI em 2013, utilizou os conceitos de violência simbólica e violência física como base para estudar as tendências da cobertura jornalística. Veja o que diz o autor abaixo:

O efeito da dominação simbólica (seja ela de etnia, de gênero, de cultura, de língua etc) se exerce não na lógica pura das consciências cognoscentes, mas através dos esquemas de percepção, de avaliação e de ação que são constitutivos dos ‘habitus’ e que fundamentam, aquém das decisões da consciência e dos controles da vontade, uma relação de conhecimento profundamente obscura a ela mesma. (BOURDIEU, 2002.p. 49)

Contudo, é importante apontar que a representação do negro em noticiários, telenovelas, peças publicitárias e jornalísticas tem sido bastante discutida em pesquisas acadêmicas, não só as mídias como o novo saber da atualidade, mas, ainda, o quanto são responsáveis pelo silenciamento do racismo e na perpetuação dos estereótipos, esquivando-se sempre da função de esclarecimento histórico, social e político. Assim, apontam-se as apresentações do negro como criminoso e carente nas periferias ou modelos isolados de superação nos noticiários, famílias pobres ou empregadas domésticas nas telenovelas.

Ferreira (2002), em seus estudos mostra o paradoxo de um racismo brasileiro que se destaca pela inexistência de racistas. Um traço recorrente em pesquisas do referido autor é que, nas entrevistas, as pessoas relatam que o preconceito racial na sociedade existe, mas não o admitem em si mesmos.

1. **REPRESENTATIVIDADE DO NEGRO NA MÍDIA**

A pouca representação dos negros na mídia, ou melhor, a dificuldade em produzir uma representação positiva ainda gera debates questionamentos, quase sempre marcados pela necessária reivindicação de mais espaço. Contudo, vale salientar que os meios de comunicação, em especial os eletrônicos de massa, ainda são um campo significativo de disputa de imaginários e representações sociais.

 No livro A negação do Brasil, o cineasta e pesquisador Araújo (2000), aponta um indicador claro do problema de representatividade negra nas telenovelas brasileiras. Realizado entre maio e agosto de 1994, o estudo tinha como objetivo mapear as diferentes formas de identidade e estratégias de comunicação televisiva de afro-brasileiros a partir de questionários respondidos por 35 entidades, lideranças e grupos culturais negros.

Araujo (2000) aponta que é muito comum que os papéis reservados para atores negros em novelas e filmes sejam os de pessoas que ocupam cargos de serviçais ou personagens cômicos, cuja importância para a trama muitas vezes é reduzida, sendo o espaço do negro no contexto da novela aquele destinado a fornecer apoio para personagens de mais destaque. Também outro papel classicamente representado por atores e atrizes afro-brasileiros é o de malandro ou criminoso, estereótipo também reforçado com frequência pelos noticiários televisivos e impressos.

Para Perez (2011), grande parte dos negros que figuram nos anúncios publicitários são celebridades ou pessoas que denotam traços mais europeizados, distanciados das evidências características do que é o negro; ou seja, quanto mais as pessoas possuam traços que as aproximem de indivíduos fenotipicamente mais parecidos com o negro africano, menos elas serão parte de composições publicitárias veiculadas pela mídia.

Conforme Soares (2011), até mesmo nas propagandas de xampu, direcionadas principalmente ao público feminino, revela-se uma inclusão de modo mais tendencioso, ou seja, inclui-se a beleza da mulher negra no universo da moda/indústria de cosméticos, mas ao mesmo tempo, faz-se referência à beleza branca, ao tipo de cabelo que se deve ter: disciplinado e fácil de pentear. Também Souza (2011) faz uma crítica a esses produtos pretensamente específicos para a “beleza negra”, em cujas propagandas as mulheres negras precisam modificar a “textura” dos seus cabelos – o cabelo crespo é sempre visto como um problema a ser solucionado, que precisa ser relaxado.

O fato da mídia ainda reproduzir imagens estereotipadas da população negra contribui para o aumento da invisibilidade reservada a essa parcela da população. As conquistas e múltiplas capacidades do povo negro não ganham espaço na programação da TV, nem nas manchetes dos jornais. Contudo, quando são representados as imagens estão associadas a problemas sociais como pobreza, violência, fome e criminalidade.

1. **IDENTIDADE NEGRA NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO**

 No cenário brasileiro, os negros são representados de forma estereotipada na maior parte dos meios de comunicação. A mídia televisiva, por exemplo, não apresenta imagens que retratam a identidade negra e nem discussão sobre o tema, tão pouco promove a visibilidade do negro em papeis sociais relevantes.

Discutir sobre identidade remete às idéias de imaginário coletivo. De acordo com Maffesoli (2001) o imaginário é uma construção mental coletiva e não o imaginário de um indivíduo, pois todos sofrem pelo imaginário do grupo o qual estão inseridos. Ele ainda coloca que é o imaginário que compõe a imagem e a partir dele que as atmosferas sociais vão criando forma, além de afirmar que o imaginário funciona pela interação e mesmo os campos racionais, como a política ideológica e econômica, são recortados pelo imaginário coletivo. Complementa:

O imaginário é alimentado por tecnologias. A técnica é um fator de estimulação imaginal. Não é por acaso que o termo imaginário encontra tanta repercussão neste momento histórico de intenso desenvolvimento tecnológico, ainda mais nas tecnologias de comunicação, pois o imaginário, enquanto comunhão, é sempre comunicação. (MAFFESOLI, 2001,p.80)

Baczko (1985) aponta que a comunicação, principalmente em massa, é de extrema importância para a construção do imaginário social, servindo como um meio para disseminar ideias coletivas. O autor propõe que a representação pode “presentificar” alguma coisa ausente ou presente, ressaltando características simbólicas de algum determinado grupo, essas características podem ser formadoras de uma identidade coletiva do grupo social em questão.

De acordo com Baczko (1985), o imaginário coletivo estabelece características que transcendem o indivíduo, ressaltando as características do grupo ao qual está inserido e ainda pode-se constatar, também, como os meios de comunicação podem auxiliar nessa construção do imaginário, visto que se dá pela comunhão e interação social.

Ainda no que tange à relação de identidade com coletividade, é trazido um conceito de Pollak (1992), que diz o seguinte:

Por identidades coletivas, estou aludindo a todos os investimentos que um grupo deve fazer ao longo do tempo, todo o trabalho necessário para dar a cada membro do grupo - quer se trate de família ou de nação - o sentimento de unidade, de continuidade e de coerência. (POLLAK, 1992, p. 7)

 Pollak (1992), resume a palavra identidade como o sentido da imagem de si, para si e para os outros. Já Charaudeau (2009), diz que na contemporaneidade se tem tratado esta questão da identidade como o fundamento do ser: é o que permite ao sujeito tomar consciência de sua existência. Ainda salienta que: é o que se dá através da tomada de consciência de seu corpo, de seu saber, de seus julgamentos e de suas ações. A identidade, portanto, implica a tomada de consciência de si mesmo.

 Também, Charaudeau (2009) traz outra questão pertinente à discussão sobre identidade, dizendo que se constitui uma identidade de si em diferença de “ser o que não é o outro”. É o chamado princípio de alteridade, a relação com o outro se institui através de trocas que fazem com que cada um dos parceiros se reconheça semelhante e diferente do outro. Segundo o pesquisador, as diferenças são extremamente necessárias para a construção de uma identidade, mas ao tomar consciência do outro, pode-se acontecer rejeição e não aceitação da diferença. Complementa:

O risco está no fato de que, ao rejeitar o outro, o eu não disponha mais da diferença a partir da qual se definir; ou, ao torná-lo semelhante, perca um pouco de sua consciência identitária, visto que esta só se concebe na diferenciação. Daí o jogo sutil de regulação que se instaura em todas as nossas sociedades (mesmo nas mais primitivas) entre aceitação e rejeição do outro, valorização ou desvalorização do outro, reivindicação de sua própria identidade contra a do outro. (CHARAUDEAU, 2009, p.2)

 A identidade social tem como particularidade a necessidade de ser reconhecida pelos outros, é o que confere ao sujeito seu “direito à palavra” e o que o torna legítimo. Esse processo pelo qual o sujeito ou um grupo é legitimado é o de reconhecimento de um sujeito por outros sujeitos, em nome de um valor aceito por todos. Portanto, a legitimidade depende de normas institucionais, que regem cada domínio da prática social e que atribuem funções, lugares e papéis aos que são investidos através de normas estabelecidas. (CHARAUDEAU, 2009, p.4)

 Segundo Souza (2011) o processo de valorização da identidade e cultura negra no campo publicitário, a partir da mudança na representação do negro, continua incipiente na nossa sociedade, e consequentemente na propaganda. As características mais frequentes relacionadas à imagem do negro na publicidade brasileira são a sensorialidade, a corporeidade, a alegria, as festas, a passividade e a submissão.

 Atributos como força e sexualidade são atribuídos ao negro, enquanto que os domínios intelectuais são dirigidos a brancos; e a festividade e a música são direcionadas à cultura negra, pautadas em práticas e rituais estereotipados das religiões afro-brasileiras. Além disso, há uma representação maciça do negro como ser passivo, subalterno e submisso, omitindo sua feição como agente da sua própria história, pois pouco se vê a imagem do negro associada a papéis decisórios e de prestígio nas diversas instâncias sociais. Quando isso raramente acontece, o status social elevado é devido à sua ascensão pela via do esporte ou das artes (MARTINS, 2011, p. 15)

De acordo com Penna (1992), a identidade é constituída no jogo do reconhecimento, formado por dois pólos: o do auto-reconhecimento (como o sujeito se reconhece) e o do alter-reconhecimento (como é reconhecido pelos outros). Considerar a identidade inserida nesse jogo pressupõe uma concepção do sujeito humano como portador da capacidade de simbolizar, de representar, de criar e compartilhar significados em relação aos objetos com os quais convive.

1. **Análise do** **Episódio 1: Os Desafios e Barreiras do Racismo na trajetória profissional.**

 O primeiro episódio do programa foi apresentado 15/08/2020, na TV Bahia, após a exibição do Jornal Hoje. Contou com a participação dos apresentadores: Aldri Anunciação e Georgina Maynart, e os seguintes convidados: Margareth Menezes com uma apresentação musical e também participou sobre a discussão do tema e a mestra em estudos feministas Carla Akotirene, e o ator Fabrício Boliveira. Também contou com a participação da diretora Mira Silva. Vale salientar, que alguns convidados não aparecem na foto, pois a dinâmica do programa conta com a participação de convidados no estúdio ao vivo, e também com a participação via internet, chamada de vídeo. Veja que na foto abaixo, não aparecem o ator Fabrício Boliveira, a antropóloga Naira Gomes, o articulador cultural Enderson Araújo, além da poeta Lívia Natália e Saulo Rogério, que participaram da discussão.



<https://gshow.globo.com/Rede-Bahia/conversa-preta/noticia/confira-os-bastidores-do-primeiro-episodio-do-conversa-preta.ghtml>

No primeiro episódio, o tema central pautou-se sobre o racismo vivenciado nas trajetórias profissionais. De acordo a diretora Mira Silva: “O desejo de materializar esse debate cotidiano surgiu em 2019, justamente de um encontro de profissionais negros da Rede Bahia, das mais diversas áreas, que tinham um “desejo coletivo” de ampliar esse debate e levar para o meio do audiovisual”. Percebeu-se na fala da diretora uma inquietação sobre a temática abordada. Vale salientar que só analisaremos o depoimento da convidada Dra. Andrea Beatriz dos Santos, por perceber que contempla os três conceitos básicos da pesquisa em questão: racismo, representação e identidade.

**5.1 Episódio 1:**

Depoimento a partir de uma chamada de vídeo da Dra. Andrea Beatriz dos Santos, médica carcerária para relatar o seu depoimento enquanto médica e negra. A Dra. Diz: “Quando decidir fazer a faculdade de Medicina, meus pais antes de iniciar o curso já tinham me sinalizado: você vai ser sempre vista como uma mulher preta, como vão te aceitar, como vão te ver, pode ser discriminada lá. Meu pai e minha mãe me falaram isso muito bem organizado, orientado”.

Andreia relata: “no primeiro dia de aula, numa sala com 88 alunos o professor ao realizar a chamada foi apresentando os alunos da seguinte maneira: Renata, você é filha de fulano, Maria, trabalhei com seu pai, Milena, fui paciente do seu avô, Rebeca, você é da família Smith, Ronaldo, trabalho na mesma clínica que sua avó. No final chamou: Andreia Beatriz de Souza, seja bem vinda, pronto acabou. Tu já se sente constrangida em ser a única estudante negra em uma sala com 88 alunos”.

A Doutora Andreia Beatriz de Souza, relatou em seu depoimento: “no início do primeiro estágio prático no curso, fui a primeira a chegar na sala de cirurgia, o professor olhou para mim e disse: “cadê os estudantes de medicina, e os residentes que estavam presente disse: ela é estudante de medicina, ele constrangido disse: eu não percebi”. Por fim, Andreia Beatriz apontou que: “meu papel é desconstruir as impossibilidades que foram tão consolidadas ao longo da vida da gente”.

A partir da análise do depoimento da Doutora Andreia Beatriz de Souza foi observado que a ideia de racismo no âmbito da profissão aparece com muita evidência e não foi nada desconstruído, pois na fala do professor de medicina apresenta-se representado de forma explícita. Percebeu-se um forte preconceito pelo fato de Andreia Beatriz ser negra não poderia fazer parte de uma profissão que segundo a sociedade é “elitizada” e conseguintemente o negro não poderia fazer parte.

Na fala do professor de medicina notou-se a perpetuação de estereótipos, remetendo ao que Ferreira (2002) apontou como “...paradoxo de um racismo que se destaca pela insistência de racistas”, pois o professor não admite em si mesmo que é racista. Observou-se que na sala de aula onde Andreia Beatriz de Souza tinha 88 alunos, só ela era a única estudante negra de medicina naquela turma. Isso confirma que o negro não está sendo representado de igual modo que o branco. Portanto, confirmou pouca representação do negro no espaço onde estava inserida.

Notou-se também que quando o professor de medicina chamou o nome da aluna não associando a família nobre, como fez com os outros alunos, ficou evidente o preconceito racial exacerbado, pois ficou subtendido na fala do professor que o negro não deveria cursar uma faculdade de medicina e isso é legitimado em sua fala apontando que negro não deveriam exercer profissões de ponta e sim profissões serviçais. Evidenciou na fala do professor de medicina que não retrata e nem promove visibilidade do negro em papéis socialmente relevantes.

Na análise percebeu-se traços do imaginário coletivo, pois a fala do professor ressalta características simbólicas de um determinado grupo em detrimento de outro, ou seja, os alunos brancos foram recebidos com prestígio; Andreia Beatriz de Souza por ser negra, não.

Percebeu-se na fala do professor o conceito de rejeição e não aceitação da diferença. Isso aponta para as ideias de Charaudeau (2009) que diz: “desvalorização do outro reivindicação de sua própria identidade contra a do outro. Falta de reconhecimento de um sujeito por outro sujeito”

**5.2 Análise do Episódio 3**: **A importância do Protagonismo preto no mundo**.

No episódio 3 a temática centrou-se sobre: A importância do Protagonismo preto no mundo. O programa inicia com a poesia do cantorLazzo Matumbi, e também com a participaçãoda antropólogaNaira Gomes, do publicitárioPaulo Rogério e Bibiana Leite executiva da empresa mundial Youtube nos Estados Unidos. Esses  foram os convidados do terceiro episódio do [Conversa Preta](https://gshow.globo.com/Rede-Bahia/conversa-preta/), que foi ao ar no dia 29 de agosto de 2020. O programa foi apresentado por Aldri Anunciação **e**Luana Assiz. Abordagem traz exemplos de acessão de negros em diversas partes do mundo. Nesse episódio será analisado o depoimento de Bibiana Leite, executiva do Youtube nos Estados Unidos, considerando que a fala da entrevistada retrata a temática abordada de forma abrangente e traz grandes contribuições para a discussão do tema. A convidada Bibiana Leite participou da conversa via live no programa prestando o seu depoimento. Veja abaixo a imagem do terceiro episódio.

 

 <https://globoplay.globo.com/v/8815340/programa/>

**5.3. Episódio 3: Depoimento:**

Bibiana Leite foi interrogada pela apresentadora Luana Assiz que pergunta: como foi sua trajetória do Vale dos Lagos em Salvador para Os Estados Unidos? Respondeu: “cresci no Vale dos Lagos em Salvador e com muita ajuda financeira de pessoas conseguiu realizar um programa de intercâmbio nos Estados Unidos” o que me proporcionou com que eu falasse o idioma inglês, e que consegui falar inglês fluentemente e assim consegui aplicar para o Google em 2006.

**A segunda pergunta** nesse programa foi realizada pelo apresentador Aldri Anunciação: Como essas grandes empresas estão lidando com a questão da diversidade nas empresas?

 **Bibiana Leite respondeu**: “É uma questão principal aqui nos Estados Unidos, é um debate que está sendo discutido praticamente todos os dias, todas as semanas. As empresas estão engajadas em fazer a diferença para que possam ter mais equidade dentro do quadro de funcionários, e principalmente para que eles consigam trazer educação para seus funcionários brancos na questão do anti racismo”.

**Novamente o apresentador Aldri Anunciação, perguntou**: Na visão de uma pessoa que saiu do Vale dos Lagos em Salvador, para ir para o Vale do Silício nos Estados Unidos, o que é necessário para minimizar esse desequilíbrio de oportunidades?: “ Bibiana Leite diz: “Não gosto quando as pessoas me chamam de guerreira porque não deveríamos estar em lutas constantes para conseguirmos nossos espaços. Muitas coisas que são divulgadas em grandes revistas como por exemplo, em 25 anos você vai ser um senhor. Isso na verdade, são chamadas para atrair pessoas, então precisam ter paciência e dedicação”.

Por fim, **o apresentador Aldri Anunciação perguntou:** “O que você diria para a juventude que está tão sensibilizada com essas mortes e que estão também pretendendo investir e seguir carreira como você investiu?”

No que diz respeito à primeira pergunta, a fala Bibiana Leite sendo negra conseguiu vencer com muitos esforços o racismo social e estruturalmente estabelecido. Observou-se que atua em uma grande empresa multinacional midiática voltada à tecnologia da informação. A respeito dessa questão Ramos (2007), diz: (...) precisamos de uma mídia capaz de expor os exemplos para as pessoas verem os inúmeros campos de atividade ocupados com sucesso por negros. Contudo, mesmo trabalhando em profissão de ponta e sendo reconhecida no seu trabalho, o racismo aponta como resultado de um esforço sobre-humano ou de um ato heróico.

**Com relação à pergunta 2** observou-se que Bibiana Leite transcendeu o que disse Araujo (2000) aponta, que é muito comum que os papéis reservados para atores negros em novelas e filmes sejam os de pessoas que ocupam cargos de serviçais ou personagens cômicos, cuja importância para a trama muitas vezes é reduzida, sendo o espaço do negro no contexto do Youtube destinado a fornecer apoio para personagens de mais destaque, pois socialmente o negro é representado como malandro ou criminoso, estereótipo também reforçado com frequência pelos noticiários televisivos e impressos.

A pergunta 3 remete a questão da identidade de Bibiana Leite, pois representa imagens que retratam a identidade negra, promovendo a visibilidade do negro em papeis sociais relevantes. A fala também remete ao processo de valorização da identidade e cultura negra no campo publicitário. As características mais freqüentes relacionadas à imagem do negro na publicidade.

Por fim, a análise apontou que a identidade social tem como particularidade a necessidade de ser reconhecida pelos outros. Assim, Bibiana Leite aparece no papel de protagonista na empresa multinacional Youtube o que confere a ela o direito e o domínio da prática social e que atribui funções, lugares e papéis aos que são investidos através de normas estabelecidas o que a torna legitimada. Portanto, a legitimidade depende de normas institucionais, que regem cada espaço.

**CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ficou evidente na pesquisa o preconceito racial exacerbado, subtendido na fala do professor que o negro não deveria cursar uma faculdade de medicina e isso é legitimado em sua fala apontando que negro não deveriam exercer profissões de ponta e sim profissões serviçais. As imagens representadas dos negros no programa não retratam e nem promove visibilidade do negro em papéis socialmente relevantes de fato.

Notou-se a perpetuação de estereótipos remetendo a um paradoxo de um racismo que se destaca pela insistência de racistas, mas o professor não admite em si mesmo que é racista. Observou-se que o negro não está sendo representado de igual modo que o branco. Portanto, confirmou pouca representação do negro no espaço onde está inserido.

Observou-se que os negros entrevistados têm ocupados diversos lugares importantes e de destaque na sociedade, porém o racismo estrutural persiste ao relatarem suas experiências sobre protagonismo e racismo. Percebeu-se ainda que mesmo alguns entrevistados tendo uma ascensão em algumas profissões a reprodução e relações de dominação e poder entre brancos e negros ainda contribui para estigmatizar a população negra.

A análise apontou que as discussões no programa Conversa Preta sobre racismo, representatividade e identidade são pertinentes, porém, o protagonismo negro, é notado em baixa escala. Assim, o racismo continua evidente em diversos segmentos sociais, evidenciado o processo de desumanização do outro.

Em suma, espera-se que a mídia televisiva a partir do programa Conversa Preta tenha um relevante papel na discussão das temáticas em questão nessa pesquisa, pois é considerada como formadora de opinião e fonte de informações, para banir as relações de dominação ou exclusão. Assim, observou-se que a televisão pode ter um papel extremamente relevante na construção da identidade negra.

**Referências**

ARAÚJO, Joel Z. (2004). **A negação do Brasil: o negro na telenovela brasileira** (2ª ed.). São Paulo: Senac.

ALMEIDA, Silvio Luiz de. **O que é racismo estrutural?** Belo Horizonte (MG): Letramento, 2018.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo.** Lisboa, Portugal; Edições 70, LDA, 2016

BOGDAN, R. C.; BIKLEN, S. K. **Investigação qualitativa em educação: uma introdução à teoria e aos métodos.** Portugal: Porto Editora, 1994.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico.** Tradução Fernando Tomaz. 2 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

FERREIRA, R. F. **O brasileiro, o racismo silencioso e a emancipação do afro-descendente**. *Revista Psicologia e Sociedade* v. 14, p.69-86. Porto Alegre, jun. 2002.

MUNANGA, Kabengele (2014). **Uma abordagem conceitual das noções de raça, racismo, identidade e etnia.** Disponível em <<https://www.geledes.org.br/wp-content/uploads/2014/04/Uma-abordagem-conceitual-das-nocoes-de-raca-racismo-dentidade-e-etnia.pdf>>Acesso em 13 de Abril de 2021.

LAKATOS, E. Maria; MARCONI, M. de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica: Técnicas de pesquisa**. 7 ed. – São Paulo: Atlas, 2010.

WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual.** In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais, p. 7-72.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

PEREZ, Clotilde. **Signos da Marca: expressividade e sensorialidade da marca.**. 2ª. Edição. São Paulo: Cengage, 2017

SANTANA, Henrique; SALLES, Iuri. **Porque os negros não apresentam programas de televisão?** Disponível em **<**<http://vaidape.com.br/2017/06/pesquisa-apresentadores-negros-na-televisao/>>. Acesso em 03 de Maio de 2021.

SILVEIRA, Guaraci Carlos da; SANGALETTI, Letícia; WAGNER, Cristina**. Introdução ao jornalismo.** Porto Alegre: SAGAH, 2018.

Soares, R. L. de. **O negro nos Espaços Publicitários Brasileiros: perspectivas contemporâneas em diálogo.** (pp.149-162). São Paulo: Escola de Comunicação e Artes/USP: Coordenadoria de Assuntos da População Negra.

Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios. Acontece desde 2012 em todo o Brasil. A[cesso](https://noticias.cancaonova.com/brasil/ibge-dados-da-pnad-continua-2019-foram-divulgados.acesso): 25-04-2021.

VARJÃO, S. **Micropoderes, macroviolências**. Salvador: EDUFBA, 2008

1. Estudante de jornalismo. E-mail: brunaoliveirajornalismo@gmail.com [↑](#footnote-ref-0)
2. Estudante de jornalismo. E-mail: eduardomarques945@gmail.com [↑](#footnote-ref-1)
3. Orientador. Professora Andréa Souza. E-mail: andrea.silva@fat.edu.br [↑](#footnote-ref-2)
4. Orientador. Professora Mestra Daniela Ribeiro. E-mail: daniela.costa@fat.edu.br [↑](#footnote-ref-3)