

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
RÁDIO, TV E INTERNET

JULIANO MENDES DE PAULA

TV GLOBO VAI NA FÉ - A PAUTA RACIAL NA TELENÓVELA DAS SETE

JUIZ DE FORA
2025

JULIANO MENDES DE PAULA

TV GLOBO VAI NA FÉ - A PAUTA RACIAL NA TELENÓVELA DAS SETE

Trabalho de conclusão de curso apresentado à
Universidade Federal de Juiz de Fora como
requisito parcial para obtenção do título de
bacharel em Rádio, TV e Internet.

Orientador: Prof. Dr. Rafael Barbosa Fialho
Martins

JUIZ DE FORA

2025

Paula, Juliano Mendes de.

TV Globo Vai Na Fé : A pauta racial na telenovela das sete /
Juliano Mendes de Paula. -- 2025.
90 p.

Orientador: Rafael Barbosa Fialho Martins

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade
Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social, 2025.

1. Telenovela. 2. Representatividade. 3. Representação negra. 4.
TV Globo. 5. Vai Na Fé. I. Martins, Rafael Barbosa Fialho, orient. II.
Título.



GRADUAÇÃO EM Rádio, TV e Internet

Ata da sessão (X) pública () privada referente à defesa do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado “**TV Globo Vai na Fé - a pauta racial na telenovela das sete**”, para fins de obtenção do grau de Bacharel em RTVI, pelo(a) discente **Juliano Mendes de Paula**, sob orientação da Prof.(a) Dr.(a) **Rafael Barbosa Fialho Martins**, na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora.

Titulação	Nome	Na qualidade de:
Doutor	Rafael Barbosa Fialho Martins	Orientador
Doutor	Talison Pires Vardiero	Membro da Banca
Mestre	Olívia Luiza Pilar de Souza	Membro da Banca

Banca, o(a) discente procedeu à apresentação de seu Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação e foi submetido(a) à arguição pela Banca Examinadora que, em seguida, deliberou sobre o seguinte resultado:

() REPROVADO, conforme parecer circunstanciado, registrado no campo Observações desta Ata e/ou em documento anexo, elaborado pela Banca Examinadora

--

Nada mais havendo a tratar, o(a) senhor(a) Presidente declarou encerrada a sessão de Defesa, sendo a presente Ata lavrada e assinada pelos(as) senhores(as) membros da Banca Examinadora e pelo(a) discente, atestando ciência do que nela consta.

Para fazer jus ao título de bacharel, a versão final do Trabalho de Conclusão de curso, considerado Aprovado, deverá ser enviado dentro do prazo de 05 dias da realização da banca, e a secretaria do curso de RTVI fará a tramitação do TCC para o Repositório Institucional.

Juiz de Fora, 18 de agosto de 2025.



Documento assinado eletronicamente por **Juliano Mendes de Paula, Usuário Externo**, em 19/08/2025, às 20:16, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Olivia Luiza Pilar de Souza, Usuário Externo**, em 19/08/2025, às 20:23, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Talison Pires Vardiero, Professor(a)**, em 21/08/2025, às 14:54, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no Portal do SEI-Uffj (www2.uff.br/SEI) através do ícone Conferência de Documentos, informando o código verificador **2564564** e o código CRC **8DFED3DF**.

AGRADECIMENTOS

Agradeço em primeiro lugar a DEUS e aos ORIXÁS por serem a base das minhas conquistas e me sustentarem até aqui. O caminho não foi fácil, pelo contrário, pensei que não suportaria o processo, mas depois de muita luta, eis que estou aqui me formando oficialmente. Como um jovem negro e estudante, sem deter de privilégios e que precisou trabalhar durante todo período de faculdade, fico muito feliz e grato por finalizar esta etapa e um dia ter acredito que todo esforço valeria a pena.

Aos meus pais, Rosana e Júlio César, devo tudo que eu sou, minha formação como pessoa, minha educação, minha força, vieram deles. Em especial, à minha mãe, por ter me dado todo suporte necessário de vida e nunca ter soltado a minha mão, mesmo nas dificuldades mais absurdas.

A minha avó materna, Neri Sampaio (Mãe Lili), que como o apelido já diz é a minha “mãezona” do coração. Por ser o meu pilar mental, por sempre ter acreditado no meu potencial e por me mostrar que o estudo era o melhor caminho. Em paralelo, agradeço ao Dr. Marcelo Linhares, advogado e grande amigo da minha avó, que no momento que mais precisei, me deu um notebook para que eu pudesse terminar este trabalho.

Em memória, dedico esse trabalho ao meu primo Igor Mendes, que em vida, foi o meu melhor amigo e companheiro de estudos. Ambos negros e homossexuais, almejavamos uma vida melhor através do estudo. Igor se foi, mas seu legado continua em mim (te amo pra sempre meu primo).

Ao meu namorado, Thawann, agradeço por todo apoio emocional me dado até aqui, os momentos de leveza e distração ao lado dele, me fizeram acreditar que o amor existe e faz bem pro coração.

Aos meus amigos de curso, Laura, Daniel, Thaís, André e Gabriel, por serem os melhores companheiros de jornada pra mim. Sem a amizade deles essa trajetória não teria a mesma graça e tantas lembranças boas.

Aos meus professores, que contribuíram com minha formação e todo meu conhecimento técnico e teórico, sobretudo àqueles que guardo no coração por ter me despertado a paixão pelo audiovisual.

Por fim, não menos importante, agradeço em especial ao meu orientador Rafael Fialho, que sempre acreditou em mim, e para além de orientar, soube me ouvir, me entender, me fazer pensar além do óbvio, tornando esse processo mais leve e me trazendo grandes aprendizados.

RESUMO

O presente trabalho objetiva compreender o fenômeno do aumento de personagens negros na telenovela brasileira, com enfoque na TV Globo. Partindo do interesse pessoal do autor pelo gênero telenovela, o estudo identifica a importância da representação racial como questão central. Aborda, inicialmente, um panorama histórico das representações raciais nas telenovelas desde suas origens, distinguindo os conceitos de “representação” e “representatividade”. Como objeto de análise, a pesquisa elege a telenovela *Vai na Fé* (TV Globo, 2023), marco histórico por apresentar elenco majoritariamente negro no horário das 19 horas. A investigação busca compreender como *Vai na Fé* se apropria de debates raciais presentes na sociedade a partir da dimensão institucional da TV Globo, questionando e analisando as motivações da emissora para ampliar a presença de atores negros em suas produções. Utilizando-se da metodologia de Miranda (2020) para analisar objetos audiovisuais pela dimensão da indústria, produção e recepção, o autor opta-se apenas pela abordagem industrial por já responder o problema de pesquisa, trazendo descobertas a respeito das mudanças de conduta empresarial da TV Globo, como adesão ao Pacto de Promoção da Equidade Racial e as políticas ESG, buscando trazer mais representatividade racial na emissora.

Palavras-chave: Telenovela; Representatividade; Representação negra; TV Globo; *Vai na Fé*.

ABSTRACT

This study aims to understand the phenomenon in Black characters in Brazilian telenovelas, focusing on TV Globo. Based on the author's personal interest in the telenovela genre, the research identifies the importance of racial representation as its central issue. It initially presents a historical overview of racial representations in telenovelas since their origins, distinguishing the concepts of "representation" and "representativeness." As its object of analysis, the study selects the telenovela *Vai na Fé* (TV Globo, 2023), a historical milestone for featuring a predominantly Black cast in the 7 p.m. time slot. The investigation seeks to understand how *Vai na Fé* engages with racial debates present in society from TV Globo's institutional perspective, questioning and analyzing the broadcaster's motivations for increasing the presence of Black actors in its productions. Using Miranda's (2020) methodology to analyze audiovisual objects by the dimension of industry, production and reception, the author opts only for the industrial approach as it already answers the research problem, bringing discoveries regarding changes in TV Globo's business conduct, such as adherence to the Pact for the Promotion of Racial Equity and ESG policies, seeking to bring more racial representation to the broadcaster.

Keywords: Telenovela; Representativeness; Black representation; TV Globo; *Vai na Fé*.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

QUADROS

Quadro 1 - Negros na faixa das 19 horas na Globo (2018 -2020).....	28
Quadro 2 - Narrador/produtor/indústria.....	32

INFOGRÁFICOS

Infográfico 1 - Panorama das classes sociais no Brasil.....	50
Infográfico 2 - Classe e gênero no Brasil	
Infográfico 3 - Classe e raça no Brasil.....	50

GRÁFICOS

Gráfico 1 - Renda domiciliar no Brasil.....	48
Gráfico 2 - Pobreza extrema no Brasil	
Gráfico 3 - Pobreza média no Brasil.....	49
Gráfico 4 - Pobreza comum no Brasil.....	49
Gráfico 5 - Mulheres chefes de família no Brasil.....	51

FIGURAS

Figura 1 - Cinnara Leal, Roberta Rodrigues e Dani Ornellas em Nos Tempos do Imperador	38
Figura 2 - Diogo Almeida, Sheron Menezes e Bárbara Reis como protagonistas em 2023	43
Figura 3 - Equipe de roteiristas da novela com Rosane Svartman.....	46
Figura 4 - Juh Almeida e Renata Côrrea, diretora e roteirista de Vai Na Fé.....	46
Figura 5 - Logo de Vai Na Fé	
Figura 6 - Logo da campanha VAE.....	53
Figura 7 - Rosane e seus colaboradores.....	55
Figura 8 - Família de Sol em Vai Na Fé.....	63
Figura 9 - Personagens LGBTQAIPN+ em Vai Na Fé.....	64
Figura 10 - Casais homossexuais de Vai Na Fé.....	65
Figura 11 - Ben no terreiro de Candomblé.....	66
Figura 12 - Mulheres empoderadas de Vai Na Fé.....	68
Figura 13 - Protagonistas negros de Vai na Fé.....	69
Figura 14 - Sol e suas versões.....	70
Figura 15 - Ben como advogado em Vai Na Fé.....	71
Figura 16 - Sol, Ben e Théó jovens.....	72
Figura 17 - Bela, Jennifer e Yuri como alunos cotistas do ICAES.....	73

Figura 18 - Yuri preso em Vai Na Fé.....	74
Figura 19 - Coletivo negro no ICAES.....	75
Figura 20 - Théo sendo agressivo com Kate em Vai Na Fé.....	77
Figura 21 - A estética black incorporada nas personagens.....	78
Figura 22 - Artistas negros na trilha de Vai na Fé.....	79

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	9
2. TELENÓVELA E REPRESENTAÇÃO RACIAL: BALIZAS TEÓRICAS.....	10
2.1 A TELENÓVELA E SUA RELEVÂNCIA COMO OBJETO DE ESTUDO.....	10
2.2 O QUE É REPRESENTAÇÃO E REPRESENTATIVIDADE.....	12
3. A REPRESENTAÇÃO NEGRA NAS TELENÓVELAS DAS 7 DA TV GLOBO.....	20
4. METODOLOGIA.....	30
4.1 “VAI NA FÉ” COMO OBJETO DE ESTUDO.....	32
5. ANÁLISE - VAI NA FÉ E TV GLOBO.....	34
5.1 O CONTEXTO INSTITUCIONAL DA TV GLOBO.....	34
5.2 O PACTO DE PROMOÇÃO DA EQUIDADE RACIAL E A TV GLOBO.....	39
5.3 POLÍTICAS ESG NA GLOBO E A DIMENSÃO RACIAL NAS NOVELAS.....	40
5.4. O CONTEXTO DE PRODUÇÃO DA NOVELA E A ENCOMENDA DA TV GLOBO.....	44
5.5. O PÚBLICO-ALVO DE VAI NA FÉ: A MULHER NEGRA E POBRE NO CENÁRIO BRASILEIRO.....	46
5.6. CAMPANHA “VAE” E VAI NA FÉ.....	52
5.7. VAI NA FÉ COMO OBRA DE ROSANE SVARTMAN: MARCAS E ESTRATÉGIAS DE CRIAÇÃO DA AUTORA.....	53
5.8 CAMPANHA DE LANÇAMENTO E PLANO COMERCIAL DA NOVELA.....	56
5.9. A DIVERSIDADE NA TRAMA.....	62
5.10 O POSICIONAMENTO RACIAL DE VAI NA FÉ.....	68
5.11 TRILHA SONORA E QUESTÕES RACIAIS.....	78
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	81
REFERÊNCIAS.....	84

1. INTRODUÇÃO

“A anscensão dos negros na telenovela brasileira”: foi essa a frase (título inicial) que me serviu de fio condutor desta pesquisa. A princípio, queria falar sobre algo que eu gostasse e que tivesse interesse em saber mais. Com isso, o tema “telenovela” surgiu como ponto de partida deste trabalho. Amante desse gênero melodramático desde criança, a telenovela me formou como pessoa e foi uma das responsáveis pelo meu interesse em cursar comunicação. Com base na pergunta de pesquisa - Como *Vai Na Fé* busca se apropriar de debates raciais presentes na sociedade a partir da dimensão institucional da TV Globo? - busco entender os motivos que levaram a emissora colocar mais “pretinhos” nas telas, já que era um assunto que me causava incômodo em relação à telenovela nos dias atuais, escolhen o aumento do protagonismo negro na TV Globo como fonte de investigação.

Como um homem negro e estudante de audiovisual, confesso minha felicidade ao ver nossos corpos (nossos talentos) serem mais valorizados e respeitados na TV. Durante anos, espaços para pessoas pretas como eu foram inviabilizados das produções, como se não existíssemos. E é sobre essa questão que discorro nos capítulos iniciais desta pesquisa, trazendo teorias acerca das representações raciais nas telenovelas desde os seus primórdios até os dias atuais, discutindo o formato telenovela como objeto de estudo e as distinções entre os termos “representação” e “representatividade” .

Como objeto de análise desta pesquisa, escolhi *Vai Na Fé*, telenovela das sete horas da TV Globo, exibida em 2023 e que ficou marcada historicamente como a primeira novela com elenco majoritariamente negro na teledramaturgia brasileira. O reconhecimento é a palavra chave que me motivou escrever sobre *Vai Na Fé*: eu me reconhecia na novela ao ver no elenco pessoas negras como eu correndo atrás dos seus sonhos e objetivos. A novela me tocou por trazer vivências parecidas com as minhas, sendo um homem negro e LGBT, periférico e estudante de ensino superior, assim como alguns personagens da história que lutam por espaço e pelo direito de existir .

Como método científico, escolhi a metodologia de análise de objetos audiovisuais proposta por Amanda de Miranda (2020) . Em que a autora aponta três dimensões possíveis de investigação de um produto audiovisual - a institucional (a indústria); a dimensão produtiva (narrativa em si) e a recepção (audiência). Por fim, optei por explorar apenas a dimensão institucional, já que meu problema de pesquisa tem como foco as intenções da TV Globo com a produção de *Vai Na Fé*.

2. TELENODELA E REPRESENTAÇÃO RACIAL: BALIZAS TEÓRICAS

O primeiro capítulo deste trabalho tem por objetivo abordar a temática telenovela junto à representação racial. Diante desta perspectiva, a proposta é promover diálogos entre a teledramaturgia e a sua inserção no contexto social, expondo como a telenovela tem se tornado uma narrativa de nação, como conceituado por Lopes (2003). Além de explorar o discurso de outros autores para chegarmos na definição dos conceitos de representação e representatividade no âmbito da narrativa ficcional, nos aprofundando na questão racial que é o ponto chave desta pesquisa.

2.1 A TELENODELA E SUA RELEVÂNCIA COMO OBJETO DE ESTUDO

Atualmente, com quase 75 anos de existência, a telenovela se tornou um dos gêneros televisivos mais populares e amados do Brasil. Para além de uma produção audiovisual, se transformou em uma espécie de companheira nas tardes e noites dos brasileiros e, também, foi uma ferramenta que impulsionou, e impulsiona desde de 1951, o hábito de assistir TV.

Através da telenovela, hoje podemos estudar a cultura e a sociedade contemporânea brasileira. Segundo Lopes (2003), com o passar dos anos esse gênero televisivo deixou de ser apenas um entretenimento para se consolidar como um valioso objeto de estudo cultural e social do Brasil. Em seu estudo, a autora aponta que a televisão age como um poderoso veículo de comunicação de massa, que dissemina não apenas propaganda, mas também orienta o consumo, influenciando ativamente a formação de identidades. Nesse contexto, as telenovelas se constroem como referências significativas, moldando o imaginário coletivo através do consumo de roupas, acessórios, carros e estilos de vida exibidos pelos personagens. Além disso, abordam temas sociais relevantes que permeiam o cotidiano da população.

Inicialmente marcadas pelo caráter fantasioso dos dramalhões latinoamericanos, as telenovelas brasileiras passaram por uma significativa transformação a partir dos anos 60, buscando uma representação mais realista da vida. Um marco crucial nessa mudança foi a estreia de *Beto Rockfeller* na TV Tupi, em 1968. Essa produção introduziu inovações como gravações externas, tramas ambientadas em grandes cidades, um humor mais contemporâneo, linguagem coloquial e a complexidade e ambiguidade dos personagens.

Essa nova fase impulsionou a diversificação das narrativas, com cada telenovela explorando temas distintos, o que aumentou o interesse do público não apenas pelo enredo

em si, mas também pelo consumo de produtos relacionados à trama, como discos de trilha sonora e o vestuário dos personagens.

Na chegada dos anos 70, as novelas passaram a explorar mais as relações homem-mulher e as oposições entre classes sociais, gerações e espaços geográficos (zona rural e urbana). Temas como traição, paternidade desconhecida, troca de bebês, falsidade ideológica e ambição social ganharam destaque nas narrativas.

Alçada à posição de principal produto de uma indústria televisiva de grandes proporções, a novela passou a ser um dos mais importantes e amplos espaços de problematização do Brasil, das intimidades privadas às políticas públicas. (Lopes, 2003, p. 25).

De acordo com Lopes (2003), a telenovela pode ser vista como principal produto televisivo, faz parte e é a grande responsável pela formação da identidade nacional, a partir do momento que transforma dramas privados em termos públicos, provocando a identificação do telespectador com os personagens daquela novela, por meio do seu nascimento, caráter, modo de se vestir, falar e se comportar, por exemplo. E dramas públicos em termos privados, com as vivências dos personagens passando por temas como alcoolismo, drogas, AIDS, movimento dos trabalhadores rurais, corrupção política, entre outros assuntos que incentivam o debate no espaço público, até mais que os telejornais.

Para Lopes (2003), essa identificação do público com as histórias das telenovelas, muitas vezes superior àquela estabelecida com os telejornais, abriu caminho para o merchandising social, utilizando a ficção como plataforma para abordar questões relevantes. Assim, a telenovela passa a se configurar como uma obra aberta, na medida em que o público debate ativamente os temas em questão, influenciando o desenvolvimento da trama para atender às expectativas dos telespectadores e garantir uma audiência positiva.

Diante disso, o “sucesso” de uma telenovela passa a ser considerado não só mais pela captação quantitativa, com os índices de audiência, mas também pelo comentário popular, que se torna uma forma qualitativa de mediação. Ainda em seu artigo, Lopes (2003) destaca que a telenovela se distingue pela sua capacidade de aglutinar experiências públicas – como aborto, racismo e violência urbana – com as privadas – como problemas familiares, romances, casamentos e divórcios.

As formas de representação de amor e principalmente da figura feminina nas telenovelas foram se modificando a partir da década de 80. Paralelamente, a figura feminina ganhou novas nuances, com a emergência de mulheres mais independentes, desconstruindo a ideia de que a estrutura familiar tradicional era um pré-requisito para a felicidade conjugal. A

partir desse período, temas como prostituição, relacionamentos inter-raciais e homossexuais passaram a integrar as narrativas das telenovelas.

Em concordância com os estudos de Lopes (2003), podemos afirmar que a influência das telenovelas na vida cotidiana dos brasileiros é inegável. Gírias e maneirismos de personagens são rapidamente incorporados à linguagem popular, seus nomes se tornam moda e inspiram o batismo de crianças, e títulos de novelas são utilizados para nomear estabelecimentos comerciais. Em alguns casos, nomes de personagens são até mesmo usados como adjetivos para descrever o caráter de indivíduos. É nesse contexto que a teledramaturgia nacional começa a se obter credibilidade.

O crescente reconhecimento da qualidade das novelas brasileiras incentivou sua exportação para diversos países, globalizando sua distribuição e difundindo a cultura nacional no mercado internacional. É assim, segundo Lopes (2003), que esse gênero se consolidou como um fenômeno cultural complexo e dinâmico da sociedade, demonstrando seu profundo impacto na cultura e no comportamento social.

Tendo em vista que a telenovela se tornou um recurso comunicativo que interliga a vida real à ficção, ou seja, ela tenta se aproximar da forma mais verossímil possível do cotidiano do seu telespectador através da chamada representação, no próximo capítulo, nos aprofundaremos melhor nesse conceito e em algumas correntes teóricas que traduzem e trazem sentido a essa ideia aplicada no audiovisual, mas que está presente em várias áreas das nossas vidas, como na política, por exemplo. Junto a esse conceito, falaremos também sobre representatividade, que diferente do que muitos estudos pensam e apontam, apesar da semelhança das palavras, representação e representatividade possuem significados diferentes. Portanto, quando dizemos que uma telenovela teve uma boa representação negra, será que realmente ela trouxe representatividade?

2.2 O QUE É REPRESENTAÇÃO E REPRESENTATIVIDADE

Os termos representação e representatividade são frequentemente utilizados como sinônimos, mas possuem nuances importantes que os distinguem, especialmente em contextos sociais, políticos e culturais. Baseando-se nos estudos de Olívia Souza (2021), discutiremos sobre a diferença entre esses dois conceitos e sua forte relação com as telenovelas.

Representação em seu sentido mais amplo refere-se ao ato ou efeito de tornar presente algo ou alguém ausente, seja por meio de uma imagem, símbolo, modelo, agente ou

descrição, abrangendo-se em diversas áreas como a política, a arte e a cultura, a comunicação, o direito e a semiótica, por exemplo.

Focando-se nesse conceito dentro da área de comunicação, na qual nos interessa nesse trabalho, Souza (2021) destaca dois tipos de representações: a política institucional e a representação simbólica. A primeira se refere em termos de política formal ou informal, ou seja, na representação de um líder ou grupo, pessoas eleitas ou não eleitas formalmente que defendem um território, uma causa, um grupo minoritário, desde um Presidente da República a um líder comunitário. Enquanto na representação simbólica, estamos falando de práticas comunicativas de inclusão na vida social e real, como nas nossas relações de trabalho e no mundo ficcional e executivo, através de produtos midiáticos produzidos pela TV, jornais e revistas.

Em comparação com a esfera política, Souza (2021) aponta que a “noção de representação se torna presente por meio da participação ativa da população” (Souza apud Pitkin, p.24), seja pelo voto em um representante, como um líder político ou por meio da participação da comunidade em debates e arenas públicas. Além disso, a autora define o conceito de representação como um processo aberto e infinito, que se encontra em constante mudança, portanto, ela é ampla e vai além dos atos políticos, como o voto nas eleições e a participação popular, podendo ser não eleitoral: como os movimentos sociais, organizações e associações coletivas. “A representação não eleitoral aborda organizações ou pessoas que representam ou falam em nome de outros, em um processo que não ocorre por meio de vias formais da política, como o voto” (Souza, 2021, p.25), nesse caso, ela se torna direta quando a relação de identificação entre representante e representado fica mais próxima.

Em convergência com outros autores, Souza (2021) também define a representação através de discursos, perspectivas e anseios de um determinado grupo de pessoas. Trazendo esse conceito para essa pesquisa e em concordância com Oliveira (2017), quando aproximamos essa ideia aos movimentos sociais, podemos afirmar que a representação negra na vida real ou na ficção vai além da busca por igualdade racial, e traz um anseio pela quebra das desigualdades estruturais na sociedade, como o racismo estrutural por exemplo, mesmo que essa representação às vezes não funcione e fique só na intenção.

Ainda para Oliveira (2017), existe uma pluralidade dentro desses movimentos sociais, que podem ser influenciadas por vários fatores como: “temáticas; ações; interesses; grupo que é representado (constituency); grupo que se pretende influenciar” (p.34). Como no movimento negro por exemplo, que representam um grupo específico de pessoas negras, que

podem ser desmembradas de acordo com a classe, gênero, sexualidade, dentre outros pluralidades de estudo e pesquisa dentro do tema.

Resumidamente, podemos dizer que representação é o ato de estar no lugar de ou simbolizar algo ou alguém. Já a representatividade, por outro lado, é a medida em que essa representação é justa, inclusiva e proporcional em relação às características do grupo representado. Baseando-se nos conceitos de outros autores expostos na leitura de Souza (2021), entende-se que a representatividade se abarca do caráter quantitativo, quando se busca a presença de um determinado grupo minoritário em um espaço, e de um caráter qualitativo, quando se busca defender seus interesses.

Portanto, como aponta Souza (2021) é a partir da junção do qualitativo e quantitativo que a representatividade se forma nos meios de sociabilização, como a política e os meios de comunicação como a TV por exemplo, mas especificamente a telenovela que é o nosso elemento comunicacional de estudo. É através da representação simbólica da sociedade que a telenovela tenta se aproximar do real.

A telenovela é um meio de comunicação de massa, por conseguinte, também é uma forma de linguagem. Em concordância com as visões de Souza (2021) e Hall (2016), podemos afirmar que representação se faz presente através da linguagem, e é por ela que os sentidos são criados pelos indivíduos, sendo assim uma prática social que se relaciona com as coisas, os conceitos e os signos para dar sentido ao mundo. A interpretação desses sentidos, ocorre pelo processo de codificação (ao inserir o sentido) e decodificação (ao interpretá-lo).

Para se ter representatividade, antes é preciso ter representação. “A representatividade também necessita da presença, e não da ausência — tanto entre os personagens, quanto também na produção” (Souza, 2021, p.42). Além dessa presença massiva de pessoas que representam algo ou alguém, a representatividade exige qualidade nessa representação, por tanto, sua missão é fugir dos estereótipos impostos pela sociedade.

Sobre a construção de estereótipos, Souza (2021), aponta que “não basta haver representações, se essas definirem um grupo a partir de apenas uma visão construída sobre ele”. De forma clara, e associando essa visão a este trabalho, para uma novela ter representatividade negra, não basta apenas incluir negros na história, criando personagens através de um padrão do que é uma pessoa negra por exemplo, pois essa raça é diversa e plural e há complexidades muito além do que é representado e determinado pelo senso comum, quando se constroem estereótipos sobre ela.

Em concordância com os estudos de Souza (2021) e Hall (2016) sobre a construção de estereótipos, definimos que a não-estereotipação, não é o melhor caminho para se obter de

fato a representatividade, já que ela pode criar outros. Ou seja, os estereótipos podem até existir para esses personagens, mas eles só se tornam representativos quando trazem camadas, enredos ou histórias plurais. Hall (2016), aponta que os estereótipos são um conjunto de práticas representacionais que reduzem um grupo a apenas uma característica como se fossem naturais e ainda exclui o sujeito, separando o “normal” do “diferente”, tendo essa diferença vista como algo inaceitável pela sociedade, logo, é excluída.

Se firmando do conceito de poder proposto por Foucault presente na pesquisa de Sueli Carneiro (2005) e aproximando essa definição da nossa pesquisa, podemos determinar que nessa relação entre pessoas brancas e negras, as brancas são as aceitáveis pela sociedade, a parte positiva, que está dentro dos padrões estruturais construídos socialmente ao longo das décadas, enquanto as negras são as inaceitáveis, a parte negativa, a marginalizada, que está fora desses padrões.

Como a representação se faz por meio da interação dos indivíduos dentro da sociedade, segundo autores como Hall (2016) e Borges (2012), a explicação de como “se deve ser negro” vem da construção dos antepassados dessa raça, da relação colonial entre senhores de engenho, comerciantes e escravizados, portanto, dessa visão se criam estereótipos de um negro serviçal, numa posição de subalternidade em relação ao homem branco, vivendo em moradias precárias, além de um aspecto “selvagem” para a raça. Sendo estas, umas das principais características do estereótipo negro visto nas telenovelas.

Em relação ao estereótipo da hipersexualização da mulher negra, estudos apontam que o caso de Sarah Baartman, que foi levada da África do Sul para a Inglaterra em meados de 1800 para ser exibida por seus atributos físicos em Londres e Paris, como um objeto, uma “atração de circo”, apenas por ter nádegas grandes, foi fundamental para se criar e fixar a ideia de representação da negra como uma mulher sensual e também servente aos homens como um pedaço de carne e fonte de desejo sexual. A partir de então o corpo da mulher negra se tornou um fetiche, uma fantasia para os homens, resumindo-a apenas numa parte do seu corpo, como seus seios ou suas nádegas elevadas, animalizando seus corpos e as tratando como seres “primitivas”, enquanto mulheres brancas são as “civilizadas” a partir desse senso comum construído e posto como uma verdade, e portanto se tornando um estereótipo.

De acordo com Collins (2019), o processo de estereotipagem é um disfarce para que um grupo oprima outro de forma natural e contínua, criando concepções, mitos, estigmas em cima de um grupo oprimido (os negros) que são colocadas como negativas e inaceitáveis por um grupo opressor e dominante (os brancos). Para Collins, os estereótipos são na verdade imagens de controle, usadas como ferramentas ideológicas que moldam percepções,

interações e a autoimagem de pessoas negras, principalmente nas mulheres, que é foco de seu estudo, e que procuram sustentar sistemas de dominação, apresentando estereótipos sobre grupos marginalizados (como as mulheres negras) que justificam sua opressão e desigualdade social.

Em consonância com os estudos de Collins (2019), a intelectual Lélia Gonzalez (1984) aponta como imagens de controle sobre as mulheres negras três estereótipos principais: a mulata, a empregada doméstica e a mãe preta. No Brasil, segundo Souza (2021) apud Gonzalez (1984), a imagem de controle da mulher negra se baseia na mucama, derivando-se delas os estereótipos da mulata (mulher hipersexualizada) e da empregada doméstica (serviçal). “A mucama era uma mulher negra escravizada utilizada como serviçal doméstica. Ela podia ser ama de leite e servia também aos prazeres sexuais dos senhores” (Souza, 2021, p.56). É a partir dessa imagem que segundo Gonzalez (1984), começam a se criar teorias que a mulher negra não serve para o casamento, apenas para o sexo.

Enquanto a mulata é vista como um aparato sexual, a empregada doméstica é a representação da mulher negra como serviçal, dominante do homem branco empregador, que presta bens e serviços para a família dele e é explorada das mais diversas formas possíveis. Sendo uma das principais representações das mulheres negras nas telenovelas, as empregadas domésticas, muitas das vezes, não têm um enredo próprio na história e sua função como personagem se resume apenas no seu trabalho. Quando não estão servindo, são colocadas como confidentes de seus patrões, mas mesmo assim, não se destacam tanto como as mulheres brancas da trama, que possuem família, nome, enquanto elas nem isso às vezes;

Também vista como um tipo de serviçal, mas com destaque um pouco diferente das empregadas comuns, a mãe preta para Gonzalez (1984), é a mulher negra que exerce a figura materna nas famílias brancas, cuidando dos filhos dos patrões e sendo extremamente fiel a essa família, se dedicando apenas nisso e esquecendo dos seus. É a partir dessa ideia, que Candido e Feres Júnior (2019) e Souza (2021) destacam que os estereótipos das mulheres negras estão também pautados na imagem de controle da resistência. A mulher negra é considerada forte e resistente para enfrentar qualquer coisa que seja e como justificativa disso essas mulheres são privadas de apoio e afeto, além de defesa das políticas públicas.

Todo esse senso comum em cima das mulheres negras, acabam trazendo consequências graves como o aumento do assédio e abuso sexual desse corpos, tanto na fase adulta, como na fase entre a infância e a adolescência, pois de acordo com Guimarães (2017), esse mito aumenta a percepção de que elas precisam de menos atenção. Associando-se essa imagem de controle à telenovela *Vai Na Fé* (2023), nosso objeto de estudo desta pesquisa,

vemos em Sol (Sheron Menezes), a protagonista da trama, a personificação dessa mulher negra que é vista como resistente na sociedade, tão resistente a ponto de ter que enfrentar durante o desenrolar da novela seu passado com o histórico de abuso sexual por um homem branco, o vilão Théo (Emílio Dantas). Do abuso, nasceu sua filha mais velha, Jenifer (Bella Campos), a qual a procura pelo seu pai biológico, gerando um conflito interno e externo para sua mãe, Sol.

Além desse conflito principal, *Vai Na Fé* (2023), novela das sete de autoria de Rosane Svartman, se configura como objeto de análise nesta pesquisa, quando nos deparamos com um elenco quase que majoritariamente negro, onde as representações não são superficiais, e seus personagens são multifacetados e possuem nomes e sobrenomes, profissão, família, sentimentos, conflitos e destaque na história. De acordo com a pesquisa de Souza (2021), há outra imagem de controle bem comum ligado ao estereótipo das mulheres negras: a da negra agressiva e/ou também negra barraqueira. Quanto à característica da agressividade, usam-se desse mito para justificar a solidão dessas mulheres pelo seu gênio forte e explosivo. E a característica da barraqueira, associam-se com o termo de “mulher favelada”, a que fala alto e grita sem motivo algum em público, geralmente moradoras de comunidades ou favelas. Em *Vai Na Fé*, vemos essa imagem de controle esboçada na personagem Kate (Clara Moneke), junto a personificação da mulher negra sensual, com o uso de roupas curtas e provocantes, além de seu temperamento forte nas relações amorosas com Théo e Hugo (MC Cabelinho).

Segundo Cândido e Feres Júnior (2019), em relação à mulher negra considerada favelada também se criam a imagem da negra inconsequente, justificando suas ações pela sua ingenuidade e atos infantis, criando-se o mito que mulheres negras não são providas de inteligência e suas escolhas são passionais. E com essa imagem que se criam na TV representações cômicas dessas mulheres, resumindo-as apenas em suas características físicas como o cabelo crespo e nariz avantajado, no que chamamos também de racismo recreativo.

A estética também é um fator determinante nas representações e nas imagens de controle sobre pessoas negras. As características fisiológicas do grupo hegemônico, nesse caso, os brancos é visto como um padrão de beleza na sociedade, enquanto a dos negros não são tão bem aceitas, como o tom da sua pele, a textura do cabelo e o tamanho do nariz. Toda essa exclusão na sociedade, fazem com que a infância de crianças negras seja marcada pela não aceitação do cabelo crespo, por exemplo. Daí que entra a importância da representatividade na TV ao mostrar personagens negras assumindo o cabelo crespo (black) nas diferentes produções, aumentando a autoestima e auto aceitação dessas pessoas, desmistificando a ideia de que a estética negra é feia.

O cabelo crespo, loiro e volumoso de Sol em *Vai Na Fé* é um exemplo que representa a força da protagonista, que além de bem vestida, maquiada, é trabalhadora, mãe e esposa ao mesmo tempo, que exprime a realidade de várias mulheres brasileiras. O sucesso da personagem, também simboliza um ato de mudança e aceitação estética de mulheres negras na TV, além de influenciar também quem assiste querendo ser como ela.

Ainda em relação a representação estética, segundo o conceito de colorismo exposto por Nascimento (2015), negros de pele mais clara tendem a ser mais aceitos e bem tratados do que os negros de pele mais escura e retinta. A esse conceito, podemos justificar o fato da TV Globo, por anos, ter dado protagonismo apenas para as atrizes Taís Araújo e Camila Pitanga, ambas mulheres negras de pele clara. Vale destacar, que geralmente nas telenovelas, a imagem da mulher negra solitária é dada às personagens de pele mais retintas, enquanto as de pele mais clara, são expostas a um grau maior de sensualidade em suas personagens.

A representatividade começa a fazer sentido quando há uma contestação dos estereótipos e resistência as imagens de controle imposta sobre os negros, ou seja, quando homens e mulheres negras tomam conhecimento de quem realmente são, tudo começa a mudar. Para Hall (2016), há três concepções que marcam a luta pelo fim dessas representações negras estereotipadas.

A primeira é a subversão das características negativas para positivas, como por exemplo, a virilidade do corpo de homem negros visto como algo banal, se tornando fonte de atração de desejos das mulheres, mas que segundo o Hall (2016) pode ser arriscado pelo fato de se desvincular de um estereótipo criando outro, nesse caso, o fetichismo no homem negro. Na segunda concepção, o autor fala sobre assumir os estereótipos negativos e incidir sobre “o que é ser negro” ao se aprofundar nas representações, mas dessa forma o discurso do negro como “o diferente” pode acabar se reafirmando. Já na terceira, Hall defende a representação pelos estereótipos já existentes, só que agora questionando a existência deles e trazendo no contexto suas problemáticas, utilizando-se muito do humor nessa estratégia.

Trazendo outra perspectiva para essa resistência as imagens de controle impostas pela sociedade, Collins (2019) fala sobre o ato de “se rebelar” e resistir como saída para a diminuição dessas representações estereotipadas, a partir do momento que os negros começam a se valorizar e se entender dentro da sociedade. Dentre os indicadores desse ato de autoconhecimento estão: Autodefinição; autovalorização e respeito; autossuficiência e independência; a transformação do eu para o empoderamento pessoal, que diz da modificação da consciência individual para uma busca de mudança coletiva.

Por fim, quando os negros tomam consciência do espaço que ocupam na sociedade, as lutas pelos seus direitos começam vir à tona, se formam comunidades negras e por meio da arte eles exprimem suas histórias, mostram um lado diferente da perspectiva escravocrata, onde eles comandam seus próprios corpos, tomam suas próprias decisões e principalmente tentam fugir das imagens de controle a que são colocados e assim, que a busca por representação e representatividade se faz nos diversos espaços de interação social.

3. A REPRESENTAÇÃO NEGRA NAS TELENÓVELAS DAS 7 DA TV GLOBO

A representação da população negra nas telenovelas brasileiras avançou ao longo das décadas marcada por estereótipos, lutas por representatividade e, finalmente, conquistas importantes. De um modo panorâmico, este capítulo busca explorar como ocorreu essa evolução baseado nos estudos de Joel Zito Araújo, a partir de sua obra *A negação do Brasil: o negro na telenovela brasileira* (2000) e outros colaboradores como a dupla Wesley Pereira Grijó e Adam Henrique Freire Sousa com *O negro na telenovela brasileira: a atualidade das representações* (2012).

Ainda neste capítulo, partindo de um recorte mais fechado, mergulhamos na representação negra nas novelas das sete da TV Globo, desde seus primórdios até o sucesso de *Vai na Fé* (2023), objeto de estudo deste trabalho. Abordando os avanços e retrocessos da visibilidade negra nas tramas, contextualizando-as dentro da proposta leve e descontraída da faixa de horário.

Por fim, este capítulo tem o foco de analisar o protagonismo negro dentro das tramas, fazendo um histórico geral de como personagens negros eram retratados na teledramaturgia da TV Globo até chegarem ao posto de protagonistas nos dias atuais. Esta breve leitura racial da história da telenovela foi importante para que eu, como autor, refletisse sobre diversas obras que conhecia, mas que nunca havia reparado na representação racista.

Conforme estudos de Ferreira e Santana (2013), baseada em hipóteses de autores consagrados como Lopes (1999) e Fernandes (2002) em relação às temáticas das telenovelas brasileiras, podemos dizer que por padrão da emissora, as novelas das sete, são tramas leves, de humor, mais joviais e de fácil entendimento, sem muitas complexidades de enredo como vemos nas novelas das nove, por exemplo. Diante disso, vale ressaltar que as histórias contadas nessas novelas não se aprofundam tanto em problemáticas da sociedade em suas sinopses, e quando são expostas, são camufladas pelo humor.

Na década de 1960, as telenovelas brasileiras eram marcadas por estereótipos negativos na representação da população negra. A maioria das tramas abordava a escravidão, com personagens negros majoritariamente em posições subalternas, como escravos e serviçais, submissos aos brancos e em papéis secundários.

O primeiro destaque para a representação negra em uma telenovela ocorreu em 1964, com a obra *O Direito de Nascer* exibida pelas extintas TV Tupi São Paulo e TV Rio. A personagem Mamãe Dolores, era uma babá interpretada por Isaura Bruno, que se destacou na trama e fez muito sucesso na época, mas que performava um estereótipo colonial que se

tornou comum ao longo dos anos para papéis atribuídos a mulheres negras de biótipo gordo nesse tipo de ficção televisiva, o estereótipo da Mammy.

Em 1965, na TV Tupi, tivemos o marco da primeira protagonista negra da história das telenovelas, Iolanda Braga como Clotilde em *A Cor da Sua Pele*, segundo a pesquisa de Costa e Santos (2023), que confirma o pioneirismo da atriz quando falamos de protagonismo negro.

Há poucas recorrências sobre a atriz em trabalhos científicos que versam sobre protagonismo negro no Brasil. [...] No entanto, registros publicados no ano de 1965 em periódicos disponíveis na Hemeroteca, como Diário de Pernambuco, Diário de Notícias (RS), Revista do Rádio (RJ) e Correio Braziliense (DF), evidenciam Iolanda Braga como atriz principal da novela (Costa; Santos, 2023, p. 9).

De acordo com Grijó e Souza (2012), diante do avanço da economia brasileira na década 70, as tramas das novelas começaram a retratar os conflitos e dramas vividos pelos brasileiros pela ascensão social. Em 1972, a comédia romântica das sete, *Uma Rosa com Amor*, trouxe destaque para o ator negro Grande Otelo, com o personagem Pimpinoni, um consertador de bonecas e manipulador de marionetes. Pimpinoni era amigo e conselheiro de Serafina (Marília Pêra), a protagonista da trama, e seu personagem doce e sábio, conquistou o carinho do público. Em meio a época em que as novelas ainda reforçavam estereótipos negativos da população negra, Pimpinoni era livre de clichês, abrindo caminho para outros papéis negros mais positivos e diversos nas telas. Grande Otelo também se destacou na telenovela *Bravo!* (1975), como Malaquias, o motorista que driblava crises financeiras do patrão com suas economias. Em uma época de ascensão financeira para a classe C, Malaquias representou um negro trabalhador, independente e inteligente, quebrando estereótipos e conquistando o público.

Em *Marron Glacé* (1976), Chica Xavier, interpretou Filó, empregada e confidente da família de Clô (Yara Cortes), protagonista da trama. Antes cozinheira da casa, passa a ser a governanta da família e confidente das filhas da patroa. Era a única negra na trama, cujo papel era de uma empregada, que era considerada “quase da família”, estereótipo esse muito comum quando se discute a relação entre patrões brancos e empregados negros dentro do racismo estrutural do nosso país.

Nas décadas de 70 e 80, a TV brasileira era um palco quase monocromático, com a hegemonia branca nas novelas das sete. Personagens negros eram raros e, quando apareciam, geralmente eram relegados a papéis subalternos ou estereotipados. Essa falta de representação refletia a realidade social da época, marcada pelo racismo estrutural e pela exclusão das

pessoas negras de diversos espaços da sociedade. Em concordância com Araújo (2000) e Grijó e Souza (2012), durante essa época o movimento negro lutava por maior representação na mídia, reconhecendo a importância da diversidade para a construção de uma sociedade mais justa e igualitária. No entanto, as mudanças na tela ainda eram lentas, e o número de negros em papéis de destaque continuava baixo.

Foi nesse período que surgiram novelas inspiradas nas obras do autor baiano Jorge Amado, como *Gabriela* (1975) e *Tieta* (1989). Essas produções apesar de ambientadas na Bahia, não apresentavam personagens negros na proporção em que eles compõem a população do estado. Além de insistir na representação de uma Bahia branca, o autor usava e abusava do erotismo e sensualidade na construção de suas personagens “negras”, e o termo “mulata” era referenciado a elas, como no caso de Gabriela, que apesar de ser descrita como tal, foi interpretada por uma atriz branca, Sônia Braga.

Como apontam Grijó e Souza (2012), nos anos 90, em meio à abertura política e econômica do Brasil, com a consolidação da democracia e o crescimento da classe média impulsionado pelo Plano Real, as novelas começaram a apresentar mudanças nas representações do Brasil e da negritude. Os personagens negros deixaram de ser apenas figuras submissas aos brancos e passaram a ter histórias próprias, com conflitos e dramas que se destacavam nas tramas. Um exemplo dessa mudança é a “novela das oito” *A Próxima Vítima*, de Silvio de Abreu, que trouxe um núcleo familiar negro de classe média, os Noronha, que tinham conflitos entre si que se destacavam na trama, como a homossexualidade de um dos filhos.

Nas tramas das sete dessa época, algumas novelas também se destacaram. Em 1991, *Vamp* marcou um avanço ao introduzir o núcleo negro de Pai Gil (Toni Tornado) e Branca (Aída Leiner), personagens independentes e integrados à trama. Ao contrário de personagens estereotipados que frequentemente apareciam em novelas da época, Pai Gil e Branca eram indivíduos com suas próprias histórias, motivações e conflitos. Na telenovela *Cara e Coroa* (1995), Chica Xavier interpretou Dinda, diferente de suas personagens estereotipadas anteriores, ela não era uma empregada. Filha de criação dos Tavares Gusmão, uma família tradicional da alta sociedade, Dinda era uma mulher inteligente, independente e culta. Sua amizade com a protagonista era um dos pontos altos da novela, mostrando que a amizade entre pessoas de diferentes origens sociais e raciais era possível.

Foi também na década de 90, que a novela *Xica da Silva* (1996), exibida na TV Manchete, marcou ao apresentar a segunda protagonista negra na teledramaturgia brasileira: a escravizada Xica da Silva, interpretada por Taís Araújo. Apesar de historicamente como

comprovado neste capítulo, Iolanda Braga ter sido a primeira protagonista negra na teledramaturgia brasileira, Taís Araújo é considerada pioneira quando falamos em protagonismo absoluto, haja vista que segundo Balbino (2017), Xica da Silva era uma personagem baseada em uma heroína histórica real de personalidade forte, uma mulher escravizada que não se rendia a opressão dos senhores brancos, e não tinha nada de ingênuas como as mocinhas clássicas dos melodramas até então.

A partir dos anos 2000, conforme estudos de Grijó e Sousa (2012), a representação negra nas telenovelas apresentou novos avanços. Em 2004, após 39 anos depois da inauguração da TV Globo com atores negros sendo relegados a papéis coadjuvantes nas telenovelas, a trama das sete, *Da Cor do Pecado*, de João Emanuel Carneiro, surge como um marco na teledramaturgia brasileira ao apresentar Preta de Souza (Taís Araújo), como a primeira protagonista negra de uma novela da emissora. Preta não era apenas uma vendedora de ervas, mas uma mulher forte, independente e determinada, que lutava por seus sonhos e pelo seu amor por Paco (Reynaldo Gianecchini) mesmo diante de um mundo marcado pelo racismo e pela desigualdade social.

O amor interracial de Preta e Paco era puro e verdadeiro, mas precisava enfrentar diversos obstáculos, desde a diferença social até os ataques racistas dos vilões da trama, principalmente Bárbara (Giovanna Antonelli) que não se contentava em apenas prejudicar o casal, mas também utilizava do racismo como arma para humilhar e diminuir Preta. Suas ações demonstravam o quanto o racismo ainda era presente na sociedade brasileira da época.

Segundo Barbosa (2001), *Da Cor do Pecado*, apesar de seu grande sucesso de audiência e sua significativa representação negra, também foi alvo de críticas devido ao seu título e tema de abertura de mesmo nome, que reforçava o estereótipo da sensualidade da mulher negra, que é sempre vista e representada na maioria das produções da emissora, como a “mulata gostosa” hipersexualizando seu corpo, além do título dar a alusão do corpo negro como algo pecaminoso.

Ainda na novela, conforme análise de Barbosa (2001), outros casos de racismo eram acentuados com outros personagens destaques como Raí (Sérgio Malheiros), filho Preta e Paco, que era renegado pelo avô Afonso Lambertini (Lima Duarte), que não aceitava o relacionamento do filho, com uma mulher preta, nordestina e pobre. Ao longo da novela, o empresário foi aprendendo a gostar do neto, até se tornarem grandes amigos. Felipe (Rocco Pitanga), braço direito de Afonso no Grupo Lambertini e amigo de Paco, era menosprezado pelo patrão devido a sua cor, mesmo sendo competente. Reforçando o caso do homem negro inferior a supremacia branca, como sendo essa a única fonte confiável do saber.

Em 2005, após o sucesso de *Da Cor do Pecado* na representação negra, a TV Globo apresentou um retrocesso com a novela *A Lua Me Disse*. A trama satírica gerou grande polêmica ao retratar as personagens Anastácia/Latoya (Zezeh Barbosa) e Jurema/Whitney (Mary Sheila), irmãs negras que reproduziam comportamentos racistas contra si mesmas e contra outros personagens.

As falas e atitudes das personagens, como o uso de termos depreciativos e a negação da própria identidade racial, geraram forte reação do público e do movimento negro¹. A preocupação era com a influência negativa da novela, principalmente em crianças, que poderiam normalizar estereótipos racistas. Frases como: “Que preta o que, tá vendo algum preto aqui?”, “que preto metido”, “que preta nojenta”, eram comuns nas falas diárias das irmãs. No diálogo abaixo, observamos o racismo da personagem Latoya ao ser chamada de Deusa do Ébano por seu companheiro na frente do seu irmão Jorginho (Jorge de Sá) e a namorada Zenóbia (Roberta Rodrigues), todos esses personagens negros presentes em uma festa junina na cena.

Latoya: “Você é um nego muito metido viu, que vive me dando títulos que são incompatíveis com a minha pessoa. Ébano, eu? Era só o que me faltava!”

Zenóbia: “Quem zera eu ser de ébano! Uma árvore forte, estrondosa, negra!”

Latoya: Cruz credo! Escuta aqui Zenóbia, você é tudo aquilo que eu não quero ser e jamais serei! Eu vou te adiantar um serviço tá, a gente nunca vai se dar! Rainha dos Palmares, eu? A desculpa querida, eu sou de uma outra estirpe.”

Zenóbia: Jorginho, a sua irmã além de doida é racista, sabia? Quem ela pensa que é? Tá querendo dá no pé louro? Tu é neguinha minha filha, neguinha como eu e como qualquer outra neguinha desse país! Entendeu? Anastacia!

Latoya: “Olha aqui querida, duas coisas que eu não suporto! Que me tratem por tu e que misturem no bolo! Eu não sou as neguinhas, e se eu por acaso for, eu sou a neguinha! E agora sai da frente, que com todo esse pretume, a minha vista falsia e eu posso ser atropelada!” (A Lua Me Disse, 2005, s/p).

Esse foi só um exemplo dos vários diálogos racistas que a novela trazia nas cenas das irmãs Latoya e Whitney sempre em tom de humor, no qual podemos chamar de racismo recreativo segundo conceito de Adilson Moreira (2019). Para o autor, racismo recreativo é um mecanismo que encobre a hostilidade racial por meio do humor, usando-se de palavras ofensivas e representações simbólicas negativas que ferem a imagem do negro e os colocam num lugar inferior aos brancos.

Em 2006, mais uma trama das sete de João Emmanuel Carneiro, *Cobras & Lagartos*, revolucionou ao trazer um casal negro em destaque: os antagonistas cômicos Ellen (Taís

¹ Trechos de cenas polêmicas de racismo em A Lua Me Disse (2005). Disponível em: <https://www.facebook.com/100027229311137/videos/latoya-a-preta-racistaa-lua-me-disse-2005/2789353111210929/>. Acesso em: 27 fev. 2025

Araújo) e Foguinho (Lázrao Ramos). Ellen, era uma mulher muito ambiciosa, que almejava subir na vida, vendedora na loja Luxus, onde era humilhada várias vezes pela vilã Leona (Carolina Dieckmann), mas dá o troco ao enriquecer e se tornar dona do local, se destacando na novela por vários embates memoráveis com a vilã. Já Foguinho, é o fio condutor da história que se passa por um falso herdeiro incentivado por Ellen, seu grande amor, e fica milionário, se vingando de todos que um dia lhe maltrataram pela sua classe e sua cor.

Podemos considerar, Ellen e Foguinho como dois personagens marcantes na história da representatividade negra, já que ambos eram personagens negros complexos, que mesclavam entre humor e drama em suas narrativas. Ellen, além de suas vilanias, representava a mulher negra empoderada, que superava o racismo e a humilhação, inspirando o público. Foguinho com suas nuances entre o bem e o mal, explorava temas como identidade, vingança e justiça social.

O romance interracial entre Caco (Rafael Zulu) e Laís (Fernanda Machado) em *Caras e Bocas* (2009) provocava conflitos e reflexões sobre preconceito e aceitação. Caco, um homem negro, e Laís, uma mulher branca, precisavam enfrentar a reprovação de suas famílias, evidenciando o racismo estrutural presente na sociedade.

Apesar dos avanços dos anos 2000, as representações negras ainda perpetuavam alguns estereótipos e eram marcadas por tokenismo. Sobre esse conceito, Campos (2022) define:

Como um conceito, o termo significa a simulação de uma imagem progressista, ou seja, ocorre quando uma organização ou projeto incorpora um número mínimo de membros de grupos minoritários somente para gerar uma sensação de diversidade ou igualdade.

O tokenismo, no caso da produção cultural, é uma estratégia superficial de empoderamento de grupos minoritários que consiste em mostrar à audiência e à crítica especializada que há diversidade nos produtos culturais — produtos audiovisuais no caso da Globo. No entanto, essa diversidade muitas vezes resume-se ao que o público pode ver: alguns atores. (Campos, 2022, p.134).

De acordo com a análise de Campos (2022), o tokenismo serve como um disfarce de uma falsa inclusão social, seja racial ou de gênero para as empresas, incluindo de forma mínima representantes de grupos minorizados para se dizer diversa. Só que não é bem assim, analisando as telenovelas da TV Globo por exemplo, vemos a representação de personagens negros, lgbs, dentre outras minorias, quase sempre de forma estereotipadas, sem muito aprofundamento nas suas problemáticas. E isso se deve ao fato dessas histórias

serem contadas em sua maioria por um grupo dominante, os brancos. Ou seja, ainda há desigualdade dentro desse sistema de inclusão, quando nos deparamos e percebemos que nos cargos executivos das novelas, por exemplo, quase não se tem autores, diretores e roteiristas negros contando suas próprias histórias.

Chegando na década de 2010, a representatividade negra nas novelas brasileiras ainda era um tema em desenvolvimento e seu branqueamento um fato problemático, mas mesmo assim, tivemos alguns casos de personagens negros em destaque. Na segunda versão de *Ti Ti Ti* (2010), o estereótipo da bixa preta é reforçado pelo personagem Adriano (Rafael Zulu). Dira Paes se destaca com a personagem Marta, amor do passado do protagonista Ariclênes (Murilo Benício). E Juliana Alves, vive uma vilã, a oportunista Clotilde Matoso.

Em 2011, Miguel Falabella trouxe representação com a novela *Aquele Beijo*, comédia romântica das sete, que apresentou um número considerável de personagens negros em papéis de destaque, sendo 12 no total². Segundo Grijó e Souza (2012) diferentemente da realidade da época, esses personagens não eram apenas coadjuvantes, mas tinham seus próprios núcleos e histórias de desenvolvimento. Entre as personagens negras que marcaram a trama, podemos destacar Sarita (Sheron Menezes), uma jovem batalhadora e estudante de Direito, que luta pela comunidade onde mora, sua irmã Marisol (Mary Sheila), uma costureira que se torna uma grande estilista pelo seu talento, e sua prima, a vilã ambiciosa, Grace Kelly (Leilah Moreno), gerente da loja Comprare, sendo braço direito e principal aliada de Maruschka (Marília Pêra) em suas armações contra o Covil do Bagre, comunidade fictícia da trama.

Chegando em 2012, no horário das sete, *Cheias de Charme*, traz mais uma protagonista negra vivida por Taís Araújo: Maria da Penha, uma das "empreguetes" do trio de protagonistas, que de empregadas domésticas se tornam cantoras famosas com a formação de uma banda para a surpresa de todos que as humilhavam e exploravam com o trabalho doméstico. Apesar do estereótipo da negra empregada doméstica, o diferencial de Penha é que a personagem não era apenas serviçal na história, pelo contrário, tinha protagonismo, poder de fala, e não se abaixava para os outros, sendo assim uma importante evolução na representação da mulher negra como trabalhadora.

Em *Geração Brasil* (2014), Taís Araújo retorna ao papel de protagonista como a jornalista Verônica Monteiro, que se envolve com o empresário gênio da computação Jonas

² Contagem feita pela lista de personagens da novela. Disponível em: <https://gshow.globo.com/novelas/aquele-beijo/personagens/index.html>. Acesso em: 27 de fev. 2025.

Marra (Murilo Benício). Apesar do avanço em relação à representação negra nas novelas da Globo, a escolha da atriz ainda demonstrava uma visão limitada e estereotipada dessa representação com o mesmo rosto. É importante questionar a falta de oportunidades para outras atrizes negras talentosas e buscar ampliar a representatividade com atrizes de diferentes perfis, indo além da figura da protagonista "queridinha".

Em *Alto Astral* (2014), novela das sete de Daniel Ortiz, tivemos uma vilã negra, a secretária Sueli (Débora Nascimento), que era amante do seu chefe, o vilão Marcos (Thiago Lacerda). Ambiciosa e manipuladora, Sueli tinha vergonha da sua família pobre, que por sua vez, era o único núcleo com personagens negros dentro da trama. Mais uma vez na TV, a classe negra sendo representada dentro um núcleo de personagens pobres e subalternos e a mulher negra servindo de amante para um homem branco.

Embora a representação negra nas novelas das sete tenha crescido nos últimos anos, fazendo uma pesquisa quantitativa entre os períodos de 2015 a 2020, utilizando os sites Gshow e Memória Globo, nota-se um intervalo nesse processo. A pesquisa demonstra que durante essa época, o espaço para papéis negros nas produções diminuiu consideravelmente em comparação aos avanços da década anterior.

Foi nesse período de tempo, que a TV Globo em maio de 2018, recebeu a notificação do Ministério Público do Trabalho (MPT) pela baixa representatividade racial na telenovela das nove *Segundo Sol*. O debate sobre a falta de representação negra se intensificou com essa produção de João Emanuel Carneiro, que era ambientada na Bahia, estado com uma das maiores populações negras do país, sendo quase 80% de pessoas declaradas pretas e pardas, segundo dados do IBGE de 2013³. Apesar do contexto, a novela apresentou um número reduzido de atores negros no elenco, gerando muitas críticas nas redes sociais e uma notificação do Ministério Público do Trabalho (MPT) à Globo, exigindo maior representatividade negra na trama⁴.

Foi partindo dessa notificação que TV Globo começou a se policiar e repensar nas questões raciais e na representação dos negros dentro das novelas. Houveram algumas mudanças, mas não foram suficientes. O quadro abaixo faz um recorte das novelas da sete exibidas nesta fase 2018-2020, buscando analisar o protagonismo negro, a presença de

³ Dado disponível em: <https://g1.globo.com/brasil/noticia/2013/11/para-tem-maior-percentual-dos-que-se-declaram-pretos-ou-pardos-diz-estudo.html>. Acesso em: 19 de fev. 2025.

⁴ Disponível em: <https://veja.abril.com.br/cultura/segundo-sol-ministerio-publico-notifica-globo-por-representacao-racial/>. Acesso em: 19 de fev. 2025

negros e pardos nos elencos e as profissões exercidas por eles nessas produções após a determinação do MPT.

Quadro 1 - Negros na faixa das 19 horas na Globo (2018 -2020)

TELENOVELA	PROTAGONISTAS	PERSONAGENS NEGROS OU PARDOS	PROFISSÕES
O Tempo Não Para (2018)	Juliana Paiva e Nicolas Prattes (brancos)	13	Escravos; Dona de pensão; Catador de lixo; Vendedora de cosméticos; Estudante de direito.
Verão 90 (2019)	Rafael Vitti e Isabelle Drummond (brancos)	5	Dançarina; Cozinheira; Estudante de jornalismo.
Bom Sucesso (2019)	Grazi Massafera, Rômulo Estrela e David Júnior (negro)	16	Estudante; Governanta; Médico; Diretora de escola; Costureira; Vendedor ambulante; Professora; Secretária; Diretora comercial; Beata; Dona de barraquinha; Atleta.

Salve-se Quem Puder (2020)	Deborah Secco, Juliana Paiva e Vitória Strada (brancas)	9	Atleta; Consulesa; Juíz; Secretária; Garçonete
-------------------------------	---	---	--

Fonte: o autor.

Com base nos dados apresentados neste capítulo, podemos concluir que a trajetória da representação negra nas telenovelas vem se modificando. Desde os estereótipos iniciais, como a "Mammy", até a ascensão de protagonistas negros em papéis multifacetados, a teledramaturgia tem refletido a luta por espaço e reconhecimento desse grupo nas telas da TV. Apesar do avanço, a persistência de estereótipos, a falta de oportunidades e o racismo estrutural ainda representam obstáculos a serem superados. A notificação do Ministério Público do Trabalho (MPT) à Globo em 2018 e o Pacto Global pela Equidade Racial em 2020 foram marcos primordiais para o aumento dessas representações nas tramas.

Por fim, a representação negra nas telenovelas brasileiras está em avanço, porém, é fundamental que atores e atrizes negros tenham cada vez mais oportunidades de interpretar personagens complexos e multifacetados nas novelas, destacando-se mais protagonistas negros e narrativas negras na centralidade das tramas, fugindo da esteriotipação a qual sempre são colocados, a fim de refletir a riqueza e a diversidade da população negra no país. Também é importante, que o aumento da presença de negros não aconteça só nas telas, e que eles possam estar em todas as áreas da produção televisiva, desde roteiristas e diretores até figurinistas e maquiadores. A presença de negros em cargos de liderança e criação é essencial para garantir que as histórias contadas na tela sejam autênticas e representativas.

4. METODOLOGIA

Partindo-se da metodologia proposta por Amanda de Miranda (2020), em seu artigo *Uma proposta para a análise de objetos audiovisuais*, este capítulo busca aprofundar-se na composição do nosso objeto de estudo, a telenovela das sete *Vai na Fé* (2023), focando-se nas instâncias de produção dessa novela, na criação de suas narrativas raciais e nas marcas da autora e da instituição ao qual foi criada.

Em sua metodologia, Miranda (2020) propõe um instrumento metodológico baseado na noção de circuito para a análise de objetos audiovisuais, sejam eles ficcionais, como telenovelas, filmes ou séries, ou factuais, como telejornais e documentários. Basicamente, este recurso serve para analisar os mais variados tipos de produtos audiovisuais em suas diferentes nuances, já que cada qual determina um estudo mais aprofundado do que o outro dependendo do seu problema de pesquisa.

Nessa proposta, Miranda (2020) defende um olhar mais panorâmico ao se analisar um produto midiático. Para a autora, não basta apenas olhar a narrativa para entender e encontrar respostas a respeito do seu sentido, do que ela pretende passar para o público, pois elas são signos que se movimentam temporalmente e culturalmente no espaço e que por essa mudanças, não são reduzíveis a teorias generalizadas. A partir disso, seu estudo propõe a ideia do circuito da narrativa.

Para Miranda (2020), esse circuito narrativo nada mais é do que o caminho de construção do produto audiovisual, tendo em vista que nesta pesquisa nosso foco é a telenovela, esse circuito seria composto por três fatores: a indústria, a produção e a recepção desse produto televisivo. A indústria é onde esse produto nasce, sua instituição, no caso da telenovela, sua emissora e seu criador, nesse sentido, o autor da obra. A produção é a construção da obra, ou seja, a novela em si e sua narrativa. Enquanto a recepção, como o próprio nome já diz, é como a telenovela é recebida pelo público e pela crítica televisiva, centrando-se também na sua audiência.

Trazendo essa proposta para mais perto, entendemos que as intenções na criação de *Vai Na Fé*, estão interligadas entre si. A TV Globo é a terra onde esta novela nasce, portanto, precisamos entender o contexto sociopolítico que perpassa por essa instituição na época de exibição da telenovela e como Rosane Svartman, a autora da trama, imprime isso na narrativa a partir das exigências institucionais da empresa, em busca do lucro e engajamento com o público. A narrativa surge, assim, sempre endereçada a alguém, aquele a quem Eco (1994) chamaria de “leitor-modelo” (Miranda, 2020, p.288).

Então, é através desse endereçamento ao público-alvo que segundo Miranda (2020), a telenovela toma forma, usando-se de um percurso concebido por Motta (2013) que analisa três camadas da narrativa: a da expressão, que tem a ver com os recursos de linguagem utilizados na trama; a do enredo, que é sobre a perspectiva da história contada e da metanarrativa, que tem haver com as condições culturais de onde aquela trama se passa. Com isso, também é possível olhar o produto em suas unidades éticas, estéticas e políticas.

Quanto a recepção, Miranda (2020) aponta a crítica de mídia como orientação para essa análise, pois ela traz um olhar do “leitor-modelo” como exposto por Eco, mas agora como um crítico que não determina um juízo de valor em cima do objeto, mas dissemina diferentes opiniões e significações daquela obra em análise, por meio de comentários em plataformas de distribuição, blogs e redes sociais, ou em textos acadêmicos e de crítica midiática especializada.

Para a análise desta pesquisa, escolhi apenas a primeira dimensão da metodologia proposta por Miranda (2020), relativa à indústria, já que meu problema de pesquisa busca compreender justamente o contexto institucional da TV Globo durante a produção de *Vai Na Fé*. A ideia é fazer uma análise do momento em que a emissora oportunizou a existência dessa novela, identificando estratégias empresariais e suas repercussões nas decisões a respeito da obra, fazendo um paralelo com as questões raciais. Embora a análise se detenha a uma única dimensão da metodologia de Miranda (2020), os resultados certamente apontam para alguns possíveis impactos na dimensão da produção (narrativa da novela) e recepção (audiência).

As categorias aglutinadoras que cercam a indústria e seus modos de produção são denominadas “Características da indústria” e “Marcas da produção”. A primeira diz como a indústria afeta o produto, tendo como recursos de análise as críticas de mídia ou até mesmo entrevistas com os produtores ou dados de audiência/circulação. Observa-se abaixo o quadro que relaciona a análise do produto com a indústria.

Quadro 2 - Narrador/produtor/indústria

Categoria aglutinadora	Pergunta	Subcategorias (específicas de cada objeto)
Características da indústria	Como a indústria afeta a narrativa?	A voz do produtor Fluxo televisivo
Marcas da produção	Como posso identificar o produtor na narrativa?	O ethos do narrador O “eu” no discurso oral e na imagem

Fonte: Miranda, 2020.

Para chegar a um resultado final, a análise aprofunda-se no discurso institucional da TV Globo, por meio de notícias, reportagens, entrevistas e dados estatísticos de relatórios ESG e do seu plano comercial acessados pelos canais de comunicação da emissora, como *Gshow*, *G1* e *O Globo*, além de outros portais de notícias. Utilizando-se também de gráficos e infográficos que confirmam a pesquisa mercadológica e de público para a produção de *Vai Na Fé*, assim como seu teaser de estreia e campanha de lançamento .

4.1 “VAI NA FÉ” COMO OBJETO DE ESTUDO

Vai Na Fé foi uma telenovela exibida em 2023 pela *TV Globo* na faixa das 19 horas e escrita por Rosane Svartman, autora de outros sucessos do horário como *Totalmente Demais* e *Bom Sucesso*. A trama conta a história de Sol (Sheron Menezes), uma mulher evangélica, batalhadora e carismática que, após anos dedicada à família e à igreja em Piedade, na Zona Norte do Rio de Janeiro, vê sua vida virar de cabeça para baixo. Quando seu marido, Carlão (Che Moais), sofre um acidente e morre, Sol se vê obrigada a buscar uma forma de sustentar a casa, além da venda de suas quentinhas caseiras nas ruas do centro do Rio de Janeiro, junto com sua melhor amiga Bruna (Carla Cristina Cardoso).

Antes da morte de seu marido, Sol recebe a oportunidade de se tornar backing vocal e dançarina do cantor decadente Lui Lorenzo (José Loreto) em um reencontro nas ruas com seu amigo de infância e agora assistente de Lui, Vitinho (Luis Lobianco) com quem frequentava bailes funks na adolescência, formando o “trio do poder” junto com Bruna. Conhecida eternamente como a “Princesa do baile” por conta da sua fama nos bailes da juventude, Sol vê essa oportunidade como luz no fim do túnel para o sustento de sua família. Com duas filhas para criar, Jenifer Daiane (Bella Campos) e Duda (Manu Estevão), seu marido Carlão, desempregado por consequência da pandemia e sua mãe Marlene (Elisa Lucinda), Sol não exita em aceitar a proposta de Vitinho e retorna aos palcos se tornando backing vocal e dançarina de Lui Lorenzo.

Sol se torna famosa e passa a ser hostilizada na igreja pelo comportamento considerado "mundano". No entanto, a necessidade financeira e a pressão da família a levam a aceitar o desafio. *Vai Na Fé* explora o dilema de Sol em conciliar sua fé, seus valores e sua nova realidade no mundo da música pop, cheio de luxo, excessos e conflitos. A trama aborda temas como família, fé, amizade, ambição, e a busca por um lugar ao sol, enquanto Sol redescobre sua paixão pela música e se transforma em uma estrela, enfrentando os desafios de sua nova vida e protegendo sua família. Além disso, após a morte de Carlão, Sol tem que lidar com a volta de seu passado após seu reencontro com o advogado Ben (Samuel de Assis), seu grande amor da adolescência que nunca a esqueceu e Théo (Emílio Dantas), melhor amigo de Ben, e o responsável pela separação do casal no passado por meio de mentiras e armações.

Vai Na Fé se apresenta como uma trama evangélica e que tem seu elenco majoritariamente composto por personagens negros, trazendo debates raciais interessantes através de suas histórias cuja narrativa não era centrada em temas como violência, pobreza ou subalternidade, mas sim em sonhos, afetos e mobilidade social. Com protagonista evangélica, mãe, moradora de subúrbio, que se torna dançarina e alcança sucesso com muito esforço e talento, *Vai Na Fé* inovou não apenas colocando uma mulher negra no centro da trama, mas também ao construir um enredo em que sua trajetória era universal e aspiracional, assim como de outros personagens negros na história, rompendo com a lógica dos papéis secundários ou estereotipados como empregadas domésticas, motoristas, criminosos, ou figuras cômicas sem profundidade. Diante disso, com base na tabela 1 (quadro 2) da metodologia de Miranda (2020) no próximo capítulo iremos analisar a construção da narrativa racial de *Vai Na Fé* e seu contexto de produção como um “produto Globo”, para responder nosso problema de pesquisa: como *Vai Na Fé* busca se apropriar de debates raciais presentes na sociedade a partir da dimensão institucional da TV Globo?

5. ANÁLISE - VAI NA FÉ E TV GLOBO

5.1 O CONTEXTO INSTITUCIONAL DA TV GLOBO

Retomando o caso ocorrido em 2018 por ocasião da notificação do MPT (Ministério Público do Trabalho) à TV Globo pela falta de representação negra em *Segundo Sol*, consideramos nesta pesquisa que foi esse fato o estopim para que a emissora começasse a se mobilizar institucionalmente rumo a uma maior representação racial em suas produções.

Foi no dia 11 de Maio de 2018, curiosamente antevéspera do dia que se comemora a Abolição da Escravatura no Brasil, que a TV Globo foi notificada pelo MPT. Segundo a revista *Veja*⁵, a notificação de teor recomendatório por meio da Coordenadoria Nacional de Promoção de Igualdade de Oportunidade e Eliminação da Discriminação no Trabalho (Coordigualdade), exigia à emissora uma série de mudanças de conduta para uma maior inclusão racial tanto na trama, quanto na empresa em si.

O principal motivo que desencadeou essa notificação foram as críticas que a produção de *Segundo Sol* estava recebendo devido à escalação do seu elenco. A novela, em linha com a atual tendência da Globo, de tirar suas novelas do eixo Rio-São Paulo, era ambientada na Bahia, estado com o maior percentual de população negra do Brasil, de acordo com o Mapa de Distribuição Espacial da População do IBGE (2013). Mas o elenco, no entanto, era composto majoritariamente por atores brancos e não trazia toda essa diversidade racial que o universo da trama exigia.

Portanto, a notificação do MPT às vésperas da estreia de *Segundo Sol*, que ocorreu no dia 14 de maio de 2018, deu um prazo de 10 dias para que a TV Globo fizesse adequações no roteiro e na produção a fim de “assegurar a participação de atores e negros e negras de forma que represente a diversidade étnico-racial da sociedade brasileira”, segundo um dos trechos dessa notificação, que caso não fosse cumprida, resultaria em uma ação judicial contra à emissora.

Além dessa exigência relacionada a *Segundo Sol*, a notificação do MPT⁶ numa extensão de doze páginas trouxe 14 recomendações a serem cumpridas pela TV Globo,

⁵ Disponível em:

<https://veja.abril.com.br/cultura/segundo-sol-ministerio-publico-notifica-globo-por-representacao-racial/>. Acesso em: 05 de jul. 2025.

⁶ O documento pode ser acessado pelo

link: <https://static.poder360.com.br/2018/05/236495d5ee0c32c419e811f8bae6dc15.pdf>. Acesso em: 05 de jul. 2025.

dentro do prazo de 45 dias, e deveria ser apresentado um cronograma para efetivação de tais ações. Sendo as principais: A elaboração de um Plano de Ação que contemple medidas para garantir a inclusão; a igualdade de oportunidades e de remuneração da população negra nas relações de trabalho; a realização imediata de um censo entre os trabalhadores que prestam serviços à empresa, com recorte de raça/cor e gênero; um levantamento da quantidade de artistas negros e negras que aparecem em telenovelas, séries, propagandas, programas de entretenimento, entre outros produtos, produzidos pela empresa bem como o de jornalistas e comentaristas; promoção interna e externa de ações de conscientização sobre o racismo na sociedade; abster-se de reproduzir situações de representações negativas ou estereótipos da pessoa negra que sustentam as ações de negação simbólica e as diversas formas de violência. Leia abaixo alguns trechos dessa notificação quanto ao seu descumprimento.

A empresa deverá comprovar nos autos as providências adotadas para o cumprimento da presente notificação, no prazo de 10 (dez) dias a partir do recebimento, no que tange às medidas adotadas em relação à participação de atores e atrizes negros e negras na novela “Segundo Sol”, e de 45 (quarenta e cinco) dias, no que concerne aos demais tópicos, com a apresentação de cronograma de trabalho, inclusive informando as grades de horários para veiculação das campanhas institucionais pertinentes.

A empresa será submetida ao competente acompanhamento, a contar da presente data, com a finalidade de verificação da adequação de sua conduta ao disposto na presente Notificação Recomendatória.

O descumprimento da recomendação poderá caracterizar inobservância de norma de ordem pública, cabendo ao Ministério Público convocar a empresa recalcitrante para prestar esclarecimentos em audiência e, eventualmente, firmar termo de compromisso de ajustamento de conduta, previsto na Lei 7.347/85, art. 5º e 6º, ou propor ação judicial cabível, visando à defesa da ordem jurídica e de interesses sociais e individuais indisponíveis. (Assis *et al.*, 2018, p.11)

No documento, ainda são citadas algumas justificativas da TV Globo, em datas anteriores à notificação, quando ela já vinha sendo cobrada pela falta de representação negra dentro do próprio elenco, fazendo com que eles se reunissem em prol de uma resposta da emissora, que diz reconhecer a falta da inclusão racial, mas que até então nada fazia para resolver essa questão. Outro ponto defendido em nota pela emissora, era a famosa justificativa de não ter atores negros adequados para os perfis das personagens principais de *Segundo Sol*, apontando apenas Taís Araujo e Camila Pitanga como escalações possíveis. Leia abaixo, o trecho da nota da TV Globo, explícita no documento.

[...] Na época da escalação de Segundo Sol discutiram-se nomes como o de Taís Araújo, que não poderia pois está em Mister Brau, e de Camila Pitanga, que não se sente pronta para voltar às novelas, depois do acidente que causou a morte de Domingos Montagner no final de Velho Chico. [...] Um grupo de atores de Segundo Sol procurou a diretora da DAA (Desenvolvimento e Acompanhamento

Artístico), Monica Albuquerque, para conhecer o posicionamento da empresa sobre os comentários críticos à escalção da novela que circularam nas redes sociais no fim de semana. Ouviram da Globo o que ela já havia esclarecido à imprensa. Que uma história como a de Segundo Sol, também pelo fato de se passar na Bahia, nos traz muitas oportunidades e, sem dúvida, reflexões sobre diversidade na sociedade, que serão abordadas ao longo da novela, que está estruturada em duas fases. Que as manifestações críticas que vimos até agora estão baseadas sobretudo na divulgação da primeira fase da novela, que se concentra na trama que vai desencadear as demais. Que estamos atentos, ouvindo e acompanhando esses comentários, seguros de que ainda temos muita história pela frente. Foi colocado que, de fato, ainda temos uma representatividade menor do que gostaríamos e vamos trabalhar para evoluir com essa questão. É importante esclarecer que conversas como as que aconteceram ontem são comuns e, inclusive, encorajadas numa empresa que preza a transparência e o diálogo com seus colaboradores. Em resumo, a Globo admitiu que tem poucos atores negros na novela, mas prometeu que vai mudar esse quadro na segunda fase da trama (Assis *et al.*, 2018, p. 7).

Essa fala da Globo é um exemplo claro do fenômeno do Tokenismo, conceito esse discutido no início desta pesquisa em concordância com Campos (2022), que traz basicamente a ideia de um “token”, um representante de uma determinada minoria inserido no mercado como um “selo” de comprovação de diversidade. Para a TV Globo até então, colocar Taís Araújo e Camila Pitanga como protagonistas em uma de suas produções era um símbolo de representatividade negra, mas como já discutimos aqui, representação e representatividade não são sinônimos e vai muito além de uma simples inserção de um personagem negro em uma novela.

É a partir dessa nova visão e principalmente pela notificação recebida do MPT em 2018, que a TV Globo começa a tomar providências e mudar seus modos de produção pautados nas recomendações impostas pelo documento. Sendo esse o gatilho para que com o tempo fossem aumentando o número de colaboradores negros na empresa e consequentemente nas telenovelas fossem aparecendo mais personagens negros como protagonistas e com vivências bem mais construídas.

Vale ressaltar que um dos focos deste trabalho é entender a ascensão do protagonismo negro nas telenovelas da TV Globo, e institucionalmente falando, a pretensão da emissora era trazer mais representação negra não só na teledramaturgia, mas em todos os âmbitos da *Globo* como empresa, no jornalismo, nos programas de TV, nos realitys shows, entre outros. Tanto é que dias após a notificação do MPT, é anunciado a substituição de Fernanda Lima por Taís Araújo na segunda temporada do reality musical *Popstar*. O que para muitos passou despercebido, era na verdade uma resposta rápida e explícita da emissora à notificação

recebida pelo Ministério do Trabalho. Leia abaixo, um trecho da matéria retirada do site *Notícias da TV*⁷, que fala sobre essa substituição.

Com a mudança, a Globo passa a ter sua primeira apresentadora negra na área entretenimento, em um momento em que a emissora é questionada por escalar poucos negros para a novela *Segundo Sol*, ambientada na Bahia. Além disso, Taís será a única mulher negra à frente de um programa dominical entre as grandes emissoras de TV aberta (Fernanda perde espaço... , Notícias da TV, 2018, s/p).

O que parecia ser um grande avanço para a emissora no quesito representação, não deixava de ser mais um caso de tokenismo repetitivo, trazendo a mesma figura, no caso Taís Araújo para ocupar esse espaço de “representatividade negra” que a empresa tentava imprimir na época. Apesar disso, a Globo informava que a troca se devia por questões de agenda das duas artistas.

É interessante notar o título sensacionalista da referida matéria - “Fernanda Lima perde espaço e Taís Araújo é a nova apresentadora do Popstar”-, que traz um tom racista ao insinuar “perda de espaço” como se fosse um absurdo a substituição de uma apresentadora branca e loira por uma negra, sendo que por muitos anos quem nunca teve espaço foram os próprios negros (Fernanda..., 2018).

Outro caso emblemático nessa fase de adaptação da TV Globo às pautas raciais, foram as denúncias de racismo nos bastidores da novela *Nos Tempos do Imperador* (2021). Comentarei esse caso para entendermos que a mudança radical da Globo não aconteceu repentinamente, mas a passos curtos e com erros de percurso ao longo dos anos. Mesmo após três anos da notificação que exigia maior representação negra na emissora, a empresa produziu essa novela apontada como racista em 2021, uma trama de época que continuava reforçando o estereótipo do negro subalterno e escravizado.

⁷. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/fernanda-lima-perde-espaco-e-tais-araujo-e-nova-apresentadora-do-popstar-20521>. Acesso em: 05 de jul. de 2025.

Figura 1 - Cinnara Leal, Roberta Rodrigues e Dani Ornellas em Nos Tempos do Imperador



Fonte: Reprodução/Globo

Segundo matéria da *Veja*⁸, a TV Globo foi processada pelo MPT-RJ em 12 de Julho de 2022, cinco meses após o final da novela, que se encerrou em fevereiro. O trio de atrizes composto por Roberta Rodrigues, Dani Ornellas e Cinnara Leal depuseram contra o diretor Vinicius Coimbra e suas atitudes racistas nos bastidores da produção. De acordo com os depoimentos, os atores e atrizes negras do elenco eram segregados nas locações, com camarins piores, salários menores e tratamento desigual:

Uma fonte da produção da novela – escrita por Thereza Falcão e Alessandro Marson – relata que Vinicius teria usado diversas vezes palavras agressivas nas filmagens. Esta mesma fonte, numa das cenas na cidade cenográfica, conta que ele ordenou: “Elenco pra esse lado, negros pro outro lado”. Uma das atrizes disparou: “E eu que sou do elenco e sou negra, de que lado fico?”. Ele teria ignorado. As atrizes pedem indenização pelo crime de racismo, equiparação salarial com atores brancos e por danos morais. Elas só decidiram ir a esferas superiores, porque comunicaram o fato aos diretores Ricardo Waddington, de entretenimento, e José Luiz Villamarim, de dramaturgia. Mas nada teria sido feito na prática. (Moratelli, 2022, s/p).

Como podemos ver, a TV Globo em 2021, mesmo após notificação do MPT, ainda não podia ser considerada uma emissora comprometida com as pautas raciais e não estava tão

⁸ Disponível em:

<https://veja.abril.com.br/coluna/veja-gente/exclusivo-tudo-sobre-a-secreta-investigacao-de-racismo-dentro-da-globo/>. Acesso em 05 de jul. 2025.

avançada assim. Vinicius, o diretor racista, foi afastado só depois de muita repercussão. O processo tramita até hoje sob sigilo.

5.2 O PACTO DE PROMOÇÃO DA EQUIDADE RACIAL E A TV GLOBO

Lançado em 08 de Julho de 2021, segundo o portal IDIS ⁹, com apoio de movimentos negros, empresas nacionais e multinacionais e agentes da sociedade civil, chega ao Brasil o Pacto de Promoção da Equidade Racial, um programa inédito que tem como objetivo mobilizar empresas, governos e instituições para o enfrentamento das desigualdades raciais no Brasil, com foco especial na promoção de equidade no mercado de trabalho, na educação e na representatividade.

Ainda de acordo com a matéria, a ideia do projeto veio para propor um novo Protocolo ESG Racial no Brasil, trazendo a questão racial para o centro do debate econômico brasileiro, incentivando a adoção de ações afirmativas e a realização de investimento sociais voltados à melhoria da qualidade da educação pública e a formação de profissionais negros dentro das empresas.

O Protocolo ESG (sigla em inglês de *Environmental, Social and Governance*), é um conjunto de práticas e critérios que avaliam o desempenho de uma empresa em relação a questões ambientais, sociais e de governança, envolvendo a implementação e o monitoramento dessas práticas nas organizações, buscando promover a sustentabilidade e a responsabilidade corporativa. O Protocolo ESG Racial, então, surge com essa iniciativa de impacto a curto, médio e longo prazo, fazendo com que as empresas aderem a planos e metas que invistam na promoção da equidade racial entre seus próprios colaboradores e atuem positivamente nas comunidades nas quais estão inseridas.

A intenção desse projeto como um todo não está relacionada apenas à promoção da visibilidade de pessoas pretas. Como aponta o IDIS (2021), o interesse econômico dessas empresas também está em pauta, por isso a adesão ao projeto ressalta a relação direta entre sustentabilidade e rentabilidade, destacando que há, sim, uma demanda crescente do setor privado e, em especial, dos investidores institucionais, pela adoção dos parâmetros ESG. Nos EUA, por exemplo, há estudos que apontam a diversidade como um expressivo efeito de crescimento econômico no país. Leia abaixo um trecho da matéria que fala sobre isso.

⁹ Matéria disponível em:

<https://www.idis.org.br/brasil-tem-novo-projeto-nacional-para-promover-a-equidade-racial/>. Acesso em: 06 de jul. de 2025.

De acordo com o estudo *The allocation of talent and U.S. economic growth*, produzido em 2019 pela Econometrica, que fala sobre alocação de talentos e economia nos EUA, aponta que a inclusão de negros e mulheres nas ocupações de alta qualificação explicaria cerca de 20% a 40% do crescimento do PIB americano per capita no período compreendido entre 1960 e 2010. Pois, além de gerar resultados financeiros significativos, com a crescente exigência pública por posturas socialmente responsáveis nas empresas, o investimento em diversidade melhora a reputação corporativa e o relacionamento com clientes e com todos os stakeholders (públicos de interesse). (Brasil tem..., IDIS, 2021, s/p).

Diante disso, entendemos o interesse das instituições brasileiras nesse pacto e principalmente da TV Globo como uma empresa, uma instituição que está visando seu aumento lucrativo. Considerada uma das maiores empresas de comunicação da América Latina, a Globo aderiu ao Pacto da Equidade Racial como parte de suas políticas de diversidade e inclusão. A emissora assumiu compromissos públicos com metas mensuráveis para aumentar a presença de pessoas negras em seus quadros, tanto em posições de liderança quanto na frente e atrás das câmeras.

Adaptado para o Brasil, segundo o IDIS (2021), o Protocolo ESG Racial conta também com regras de governança que prezam pela representatividade dos diferentes públicos de interesse envolvidos com o tema racial e com a agenda ESG, além de contemplar no Protocolo mecanismos próprios de mensuração do equilíbrio racial (o Índice ESG de Equidade Racial – IEER), de aferição de resultados e certificação por organizações independentes. De acordo com notícias atuais¹⁰, a TV Globo pretende até 2030, incluir 50% de negros na companhia e nas telenovelas da emissora, meta essa lançada em seu último relatório ESG (relativo a 2024) divulgado em 2025.

5.3 POLÍTICAS ESG NA GLOBO E A DIMENSÃO RACIAL NAS NOVELAS

Buscando obedecer à política estabelecida pelo Protocolo ESG, a TV Globo começa a fazer mudanças de condutas institucionais, traçando metas com a chamada Agenda ESG, trazendo avanços em vários âmbitos para a empresa, mas o nosso foco aqui é a dimensão racial e seus impactos na telenovela. Abordaremos de forma panorâmica o que a empresa estabelece em seus relatórios ESG entre os anos de 2021 e 2024 (únicos disponíveis para consulta¹¹), especialmente no pilar “Diversidade e inclusão”.

¹⁰ Matéria disponível em:

<https://exame.com/esg/novelas-da-globo-terao-50-de-pessoas-negras-no-elenco-ate-2030/>. Acesso em: 06 de jul de 2025.

¹¹ Os relatórios podem ser acessados em:

<https://globoir.globo.com/list.aspx?idCanal=UFXki2bOc/BfD7Z/Z5XPxg==&linguagem=pt>. Nos anexos, incluímos os trechos dos relatórios relativos à diversidade e inclusão.

a) Relatório ESG 2021

Foi o primeiro relatório¹² divulgado pela TV Globo após adesão à Agenda ESG, no pilar D&I (Diversidade e Inclusão), os dados apontam que: a empresa tinha como foco recrutar grupos minorizados (mulheres, negros e pessoas PCD's) para aumentar a diversidade entre os funcionários; pessoas pretas representavam apenas 9% dos colaboradores, enquanto os brancos 67%; das contratações em cargos de liderança (diretores, gerentes e coordenadores), 23%, eram negros; no programa de estágio (Estagiar), foram contratadas 229 pessoas negras (54% das aprovações); grupos de afinidade para discutir vivências e estratégias de diversidade foram criados (GLOBUNTU para pessoas negras); programas de combate à discriminação e ao assédio; promessa de mais representatividade nas telas com a criação do Lanani (Laboratório de Narrativas Negras e Indígenas; criação do Projeto identidades (Falas Negras, Falas de Orgulho e etc.) e a premiação Sim à Igualdade Racial no Multishow.

b) Relatório ESG 2022

Segundo os dados apontados, o Relatório ESG 2022 da Globo¹³: manteve como foco o recrutamento de mais pessoas negras e mulheres dentro da empresa; 75% dos estagiários efetivados faziam parte de grupos subrepresentados priorizados pela empresa; 80% da liderança participou de treinamentos relacionados à inclusão; diversidade nos bastidores (com mais roteiristas, diretores, assistentes de produção, de fotografia, dentre outros profissionais negros nas criações das séries e novelas) e diversidade na teledramaturgia (mais personagens negros, lgbtqi+ e PCD's).

c) Relatório ESG 2023

De acordo com site da *Globo*¹⁴, o Relatório ESG 2023¹⁵ aponta avanços nas metas traçadas para 2030 em cada um dos seis compromissos públicos da companhia, que estão conectados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU. Leia abaixo um trecho

¹² Trechos do pilar D&I no Relatório ESG 2021 anexado em:

<https://drive.google.com/file/d/1AiFQc0UCqYQdWvfAUJYsg9oB1x696UKO/view?usp=sharing>.

¹³ Trechos do pilar D&I no Relatório ESG 2022 anexado em:

https://drive.google.com/file/d/1CnDTQE3BsLPhEo-UG7YA9uomJDAX_eYP/view?usp=sharing.

¹⁴ Matéria disponível em:

<https://somos.globo.com/novidades/noticia/os-avancos-da-agenda-esg-da-globo.ghtml>. Acesso em: 06 de jul. de 2025.

¹⁵ Trechos do pilar D&I no Relatório ESG 2023 anexado em:

<https://drive.google.com/file/d/1mTnC1212bnYxgcMFtUQrFvD3S-rmbTm7/view?usp=sharing>.

da fala de Paulo Marinho, diretor-presidente da Globo que evidencia a importância da adoção dessa política.

Nosso conteúdo é o fio condutor da nossa relação com a sociedade, tratando de forma recorrente temas relacionados à pauta social e ambiental, fomentando conversas e promovendo debates. Ser a primeira empresa de mídia brasileira a aderir à Agenda 2030 reverencia essa nossa história. O compromisso da Globo com o futuro do país e dos brasileiros é inegociável, e, o avanço da Jornada ESG da Globo materializa nossa atuação. (Marinho, Globo, 2024)

Dentre os avanços apontados em 2023, a emissora contratou 72% de pessoas pertencentes aos quatro grupos sub-representados priorizados pela companhia: negros, mulheres, população LGBTQIA+ e pessoas com deficiência; 79% dos estagiários efetivados em 2023 possuem um dos marcadores identitários priorizados pela Globo; Nos últimos 3 anos, 87% da liderança participou de treinamentos de diversidade e inclusão. De acordo com o Censo Globo, entre 2020 e 2023 a emissora cresceu em dois públicos prioritários: mais 1.100 mulheres e 1.300 pessoas foram recrutadas. Além disso, com o projeto Lanani (Laboratório de Narrativas Negras e Indígena), em parceria com a FLUP (Festa Literária das Periferias), a emissora promoveu o acesso de mais de 200 roteiristas negros e indígenas ao mercado audiovisual até sua sétima edição realizada em 2023.

Especialmente após a retomada de produção, depois da pandemia do Covid-19, houve notório crescimento de protagonistas negros nas novelas. Mesmo com o polêmico episódio de racismo nos bastidores em *Nos Tempos do Imperador* (2021), tivemos Michel Gomes como um dos principais mocinhos da história. No mesmo ano, Juan Paiva foi um dos protagonistas no horário nobre com *Um Lugar ao Sol*. No ano seguinte, Paulo Lessa foi o mocinho de *Cara e Coragem* (2022) e Lucy Alves a mocinha de *Travessia* (2022). Mas foi em 2023, graças ao avanço da Agenda ESG, que pela primeira vez a TV Globo contou com protagonistas negros em todas as novelas inéditas em exibição.

Figura 2 - Diogo Almeida, Sheron Menezes e Bárbara Reis como protagonistas em 2023



Fonte: Reprodução/Globo

Em *Terra e Paixão*, tivemos Bárbara Reis como a mocinha da vez no horário nobre, Sheron Menezes e Samuel de Assis foi o casal protagonista de *Vai na Fé* na faixa das sete e Diogo Almeida fez par romântico com Camila Queiroz em *Amor Perfeito* no horário das seis. Podemos considerar esse episódio como um marco histórico da TV brasileira, já que em quase 75 anos de existência, foi a primeira vez que vimos nas novelas tantos personagens negros em papéis destaques e com histórias complexas e multifacetadas, que vão além dos estereótipos.

É a partir desse marco histórico de representação negra na TV que chegamos ao nosso objeto de estudo, a telenovela *Vai Na Fé* e seu contexto de produção. A escolha dessa novela como objeto vem do meu interesse como pesquisador entender e analisar as estratégias de produção dessa telenovela encomendada pela TV Globo que foi um fenômeno tanto representativo, com elenco majoritariamente negro (algo nunca visto antes na emissora), quanto lucrativo, se tornando a telenovela das 19h de maior faturamento na história da *Globo*¹⁶.

¹⁶ Matéria sobre o faturamento de *Vai Na Fé* como produto da Globo. Disponível em: <https://mundonegro.inf.br/com-protagonismo-negro-vai-na-fe-se-torna-a-novela-das-19h-de-maior-faturamento-na-historia-da-globo/>. Acesso em: 10 de jul. 2025.

5.4. O CONTEXTO DE PRODUÇÃO DA NOVELA E A ENCOMENDA DA TV GLOBO

Sob o título provisório de *Tente Outra Vez*, antes de ser rebatizada como *Vai Na Fé*, a primeira novela solo de Rosane Svartman surge como uma demanda da *TV Globo* de criar uma trama que se conectasse com o público e trouxesse debates sociais sobre diversidade, fé e representatividade negra. Portanto, a primeira missão do projeto era estudar a audiência e entender quem era seu público-alvo, para assim, a sinopse ser escrita.

Segundo a matéria da revista *Veja*¹⁷, foi em 2019 durante pesquisas sobre a audiência da novela *Bom Sucesso*, também escrita por Svartman, que a autora observou um dado importante: de cada grupo de dez espectadores da trama, metade deles eram evangélicos. É a partir daí, que a TV Globo passa a mirar-se nesse público, constatando-se por meio de pesquisas internas um crescimento vertiginoso do número de evangélicos nos últimos 25 anos. Além de dados do IBGE que mostram que a religião evangélica tem 31% da parcela brasileira, o que equivale a 64 milhões de pessoas, podendo ultrapassar pela primeira vez o total de católicos no país até 2032.

Então como ponto estratégico para alcançar um parcela desse público, a TV Globo convoca Rosane Svartman para criar a sinopse de uma “trama gospel”, a primeira até então produzida pela emissora e é assim que ela foi anunciada à imprensa - “Globo abraça evangélicos e fará primeira “novela gospel” do canal” (César, *Natelinha*, 2022)¹⁸ - como uma novidade ao trazer o universo evangélico de uma forma mais fiel e menos caricata. Assim como seu compromisso com a representatividade negra alinhada ao Pacto da Equidade Racial e a Política ESG, trazendo essas pessoas que raramente ocupam o centro da cena para as suas atuais produções.

A sinopse de Svartman foi aprovada em outubro de 2021 e a novela teve previsão de estreia para novembro de 2022, porém foi adiada para janeiro de 2023 devido a transmissão dos jogos da Copa do Mundo e o medo da Globo de perder a audiência da sua “novela encomenda”. Segundo o portal *Correio Braziliense*¹⁹, em entrevista com Rosane, a autora

¹⁷ Disponível em:

<https://veja.abril.com.br/coluna/tela-plana/vai-na-fe-as-razoes-do-sucesso-da-novela-evangelica-da-globo/>.

Acesso em: 14 de jul. 2025.

¹⁸ Matéria disponível em:

<https://natelinha.uol.com.br/novelas/2022/05/19/globo-abraca-evangelicos-e-fara-primeira-novela-gospel-do-canal-181940.php>. Acesso em: 14 de jul.2025.

¹⁹ Disponível em:

https://www.correiobraziliense.com.br/diversao-e-arte/2023/12/6778130-sou-de-testar-fronteiras-affirma-rosane-svartman-autora-da-novela-vai-na-fe.html?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 14 de jul de 2025.

afirma que a trama foi idealizada para ter protagonistas negros desde o começo: “Tanto a mãe de família batalhadora do subúrbio quanto o advogado bem-sucedido da Zona Sul, e isso foi algo diferente do que foi feito até então”.

Ainda segundo a matéria, em janeiro, um pouco antes da estreia da novela, foi realizada uma pesquisa que revelou que a maior fatia dos evangélicos no Brasil era de mulheres negras da periferia. O que confirmou ainda mais o acerto de Svartman ao criar Sol, a protagonista da trama, com as mesmas características. A ideia da autora era escrever uma história de “gente como a gente”, se inspirando em histórias reais e criando personagens com mais camadas. Sol, por exemplo, foi inspirada na história de vida da cantora Negra Li, mulher negra periférica, mãe batalhadora e evangélica que se torna artista e vive o dilema entre os palcos e os limites da religião, assim como a protagonista de Sheron Menezes. A cantora inclusive chegou a fazer testes para o papel, que acabou ficando com Sheron, mas não deixou de fazer parte da novela, além de inspiração, serviu de voz para o tema de abertura da trama com a canção Vai Dar Certo (Vai na Fé), junto com MC Liro.

Para construção do universo de *Vai Na Fé*, Svartman teve que se aprofundar nas duas dimensões bases que a novela pensava em trazer, a religião evangélica e os negros como protagonistas de suas próprias histórias. Para isso, a autora contou com uma equipe diversa de roteiristas para que as histórias de seus personagens tivessem verossimilhança com a realidade. Leia um trecho da fala de Rosane Svartman sobre isso, em entrevista ao *Gshow*²⁰.

Acho que uma equipe de roteiro diversa, com trajetórias diferentes, experiências diferentes de vida, só agrega à história. Ela traz mais camadas para os personagens. Esses autores todos contribuem com suas histórias pessoais e seus talentos para a novela. Gosto de dizer que a gente está de mãos dadas contando essa história, lado a lado, querendo contar a melhor história que a gente puder para o Brasil. (Svartman, 2023).

É com roteiristas negros na equipe como Fabricio Santiago, Pedro Alvarenga e Renata Sofia e pessoas LGBTQIA+ como a roteirista Renata Côrrea e a diretora Juh Almeida, que também é mulher negra e gay, que Svartman faz *Vai Na Fé* acontecer e traz a diversidade para dentro da história, com personagens negros e LGBT multifacetados que vão além dos estereótipos, buscando fazer com que o público se reconheça na trama e nos personagens.

²⁰ Disponível em:

https://gshow.globo.com/novelas/vai-na-fe/noticia/vai-na-fe-rosane-svartman-aposta-em-personagens-gente-com-o-a-gente-para-conquistar-o-publico.ghml?utm_source=. Acesso em: 14 de jul de 2025.

Figura 3 - Equipe de roteiristas da novela com Rosane Svartman



Fonte: Gshow

Figura 4 - Juh Almeida e Renata Côrrea, diretora e roteirista de *Vai Na Fé*.



Fonte: Gshow

5.5. O PÚBLICO-ALVO DE VAI NA FÉ: A MULHER NEGRA E POBRE NO CENÁRIO BRASILEIRO

É evidente que no Brasil quando falamos de pobreza e olhamos para os grupos mais carentes, pessoas que estão à margem da sociedade, notamos que a maioria é negra. Sejam elas pertencentes aos grupos sociais C, D ou E, a população negra é majoritária nas periferias, comunidades e favelas brasileiras, ocupando espaços menos privilegiados na sociedade se comparada à população branca do país, e isso tem explicação.

Segundo dados de 2022, do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA)²¹, em relação à desigualdade socioeconômica brasileira, entendemos que a pobreza no nosso país tem cor, e é negra. Nossa sociedade perpetua a pobreza da população negra ao oferecer serviços públicos precários, negar direitos básicos como moradia e saneamento, e desvalorizar seu trabalho e saberes no mercado, resultando em menores salários e oportunidades. O gráfico abaixo, retirado desta pesquisa, evidencia essa questão.

²¹ Disponível em:

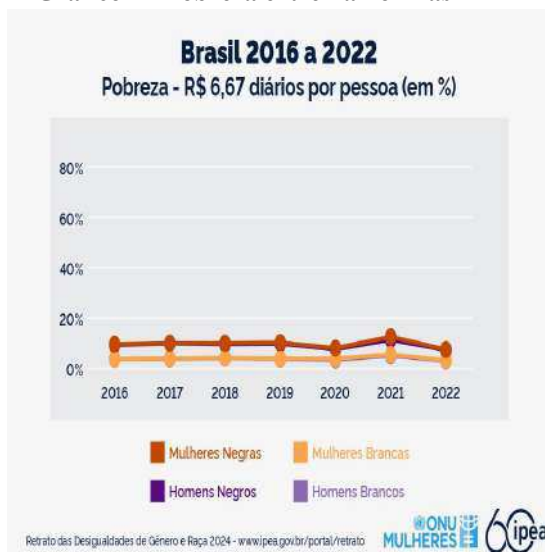
<https://www.ipea.gov.br/portal/retrato/indicadores/renda-pobreza-e-desigualdade/apresentacao>. Acesso em: 30 de jul de 2025.

Gráfico 1 - Renda domiciliar no Brasil

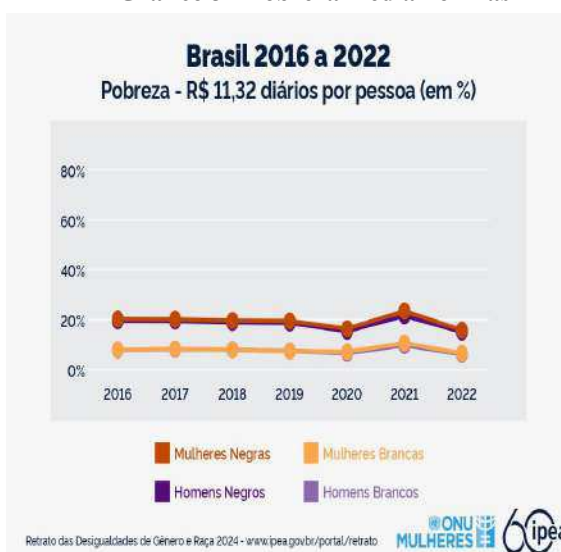


Fonte: Site IPEA.

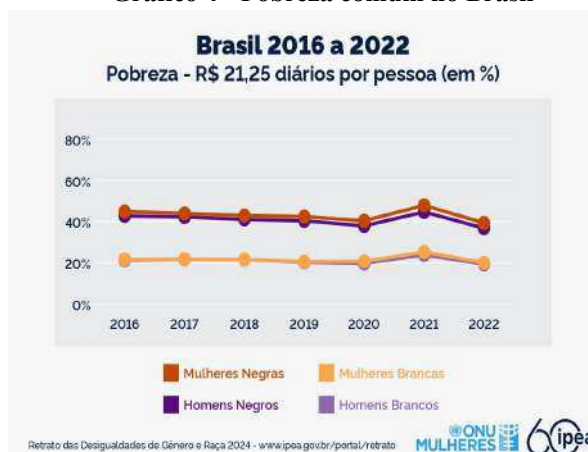
Em 2022, a renda média das pessoas brancas foi 87% maior que a das pessoas negras, com a maior desigualdade entre homens brancos e mulheres negras. A renda domiciliar por pessoa, embora útil, mascara desigualdades de gênero, pois ignora assimetrias dentro do lar e o trabalho não remunerado das mulheres, que também trabalham e ganham menos por hora para dar conta dos deveres domésticos, atrapalhando sua renda e sendo mais exploradas que os homens. Além disso, condições básicas como renda, moradia, educação e saúde no Brasil são distribuídas de forma desigual, afetando principalmente mulheres negras. Assim, a população negra representa 80% dos 10% mais pobres, enquanto os brancos são 70% dos 10% mais ricos. Observa-se nos comparativos dos quadros abaixo três situações de pobreza no Brasil.

Gráfico 2 - Pobreza extrema no Brasil

Fonte: Site IPEA

Gráfico 3 - Pobreza média no Brasil

Fonte: Site IPEA

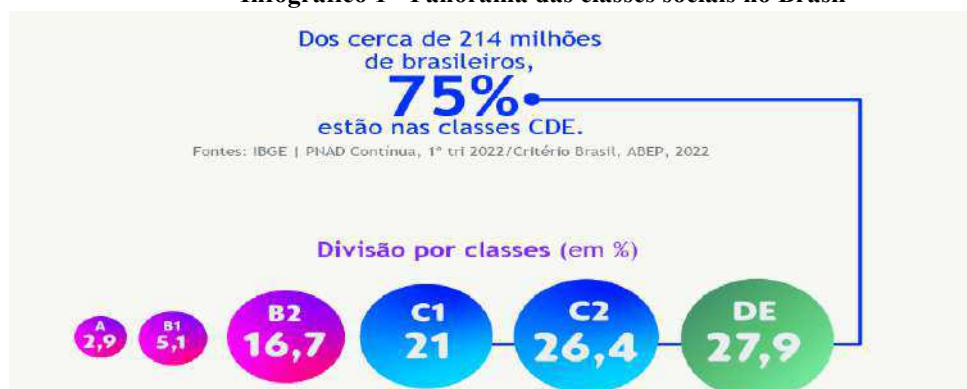
Gráfico 4 - Pobreza comum no Brasil

Fonte: IPEA.

Comparando os três gráficos expostos que dizem respeito à média de renda diária por pessoa no Brasil, nota-se um fator comum, as mulheres negras são o extremo das três situações, confirmando esse grupo como o que mais sofre com a desigualdade social, e ao mesmo tempo racial e de gênero no Brasil.

Outra pesquisa divulgada pela Globo em 2022 sobre o panorama das classes sociais no cenário brasileiro evidencia algumas questões. Segundo dados do *Critério Brasil*, realizado pelo ABEP (Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa), as classes CDE representam a maior fatia da população brasileira, somando-se em 75% essas pessoas que vivem em condições mais pobres.

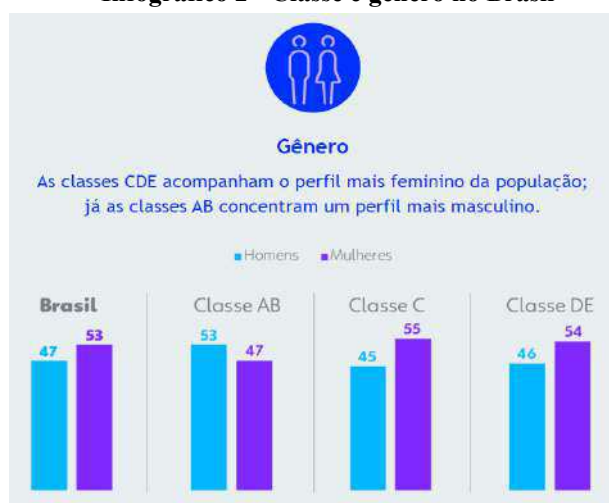
Infográfico 1 - Panorama das classes sociais no Brasil



Fonte: Critério Brasil, ABEP, 2022.

Juntando-se os dados das classes sociais com as questões de gênero e raça, essa pesquisa da Globo reafirma o que já entendemos até aqui: as classes mais desfavorecidas do Brasil são compostas predominantemente por mulheres negras.

Infográfico 2 - Classe e gênero no Brasil



Fonte: IPEC 2022

Infográfico 3 - Classe e raça no Brasil



Fonte: IPEC 2022

Analisando esses dados aqui apresentados, voltemos a falar da composição da sinopse de *Vai Na Fé*, em especial na construção de Sol, personagem central da história. Mulher negra, pobre e evangélica, a protagonista foi construída para tentar se aproximar do retrato da sociedade, ou melhor, da audiência da TV Globo na época de exibição da novela. Como aponta os dados do *Plano Comercial Novela II 2024*, divulgado pela emissora²², o público

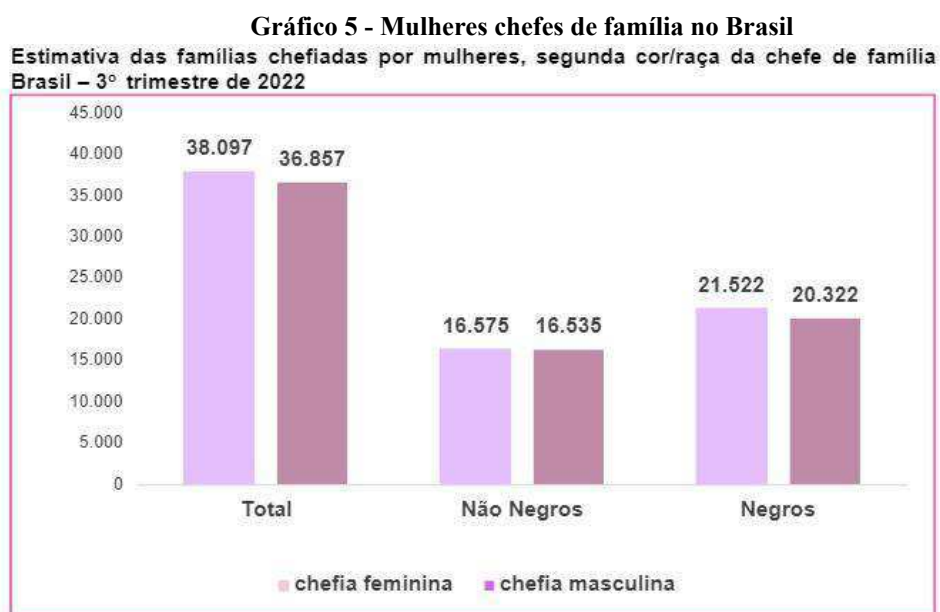
²² Plano completo disponível em:

https://s3.glbimg.com/v1/AUTH_30f886c761034fe888c2ebb5d9703be4/PROD/Upfront/2024/produtos/ATUALIZADAS/Plano%20Comercial%20Novela%20II%202024%20-%20Upfront.pdf. Acesso em: 27 de jul.2025.

feminino e as classes sociais CDE lideravam o engajamento das telenovelas das sete em 2023, assim como o público evangélico que aumentou gradativamente naquele ano.

Com a intenção de falar com seu público-alvo, a fim de gerar audiência e consequentemente lucro em torno da obra, Rosane Svartman e a TV Globo se uniram para a criação de *Vai Na Fé*. As estratégias comerciais, de produção e pesquisa de mercado apontaram para o sucesso da trama, pois a novela foi feita para quem realmente estava assistindo, causando conexão emotiva do público com a novela.

Chamamos atenção especialmente para a construção da protagonista como chefe de família: se tornando mãe solo após a morte de seu marido, Sol se vê no desafio de ter que dar conta do sustento de sua família (suas duas filhas e sua mãe) sozinha, denunciando uma realidade brasileira muito comum hoje em dia. Conforme pesquisa do *Dieese*²³ realizada no 3º semestre de 2022, a maioria dos domicílios no Brasil era composto por mulheres. Dentre os 38 milhões de lares com chefia feminina, 56,5% eram liderados por mulheres negras, e 43,5% por mulheres não negras²⁴.



Fonte: IBGE (elaborado pela DIESSE)

Diante desse cenário, refletimos também sobre a atuação profissional de Sol. Segundo dados do Sebrae 2021, as mulheres negras representam uma faixa de quase 50% do empreendedorismo feminino no Brasil. Mas isso não significa necessariamente um dado

²³ Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos.

²⁴ Disponível em: <https://www.dieese.org.br/boletimespecial/2023/mulheres2023/index.html?page=7>. Acesso em: 31 de jul de 2025.

positivo: de acordo com o Sebrae, muitas dessas mulheres entram no empreendedorismo por necessidade, e não por oportunidade, buscando renda, autonomia e sobrevivência familiar, lembrando que esse grupo é o que mais sofre com as desigualdades no Brasil. O estudo ainda aponta que 60% das empreendedoras negras atuam no setor de comércio ou serviços, especialmente alimentação, beleza e vestuário.

5.6. CAMPANHA “VAE” E VAI NA FÉ

O empreendedorismo como tema de *Vai Na Fé* expunha um conceito que a TV Globo vinha investindo em seus programas. A campanha VAE (Vamos Ativar o Empreendedorismo), foi um projeto comercial lançado pela Globo em 2019, que se fortaleceu em 2021 após a pandemia do Covid-19. Segundo o portal *TelaViva*²⁵, em parceria com o Bradesco, a campanha visa estimular o empreendedorismo no Brasil, oferecendo dicas, informações e oportunidades para quem quer começar ou desenvolver seu negócio, com uma plataforma digital criada no G1, que destaca cursos, eventos e conteúdo voltado à capacitação de novos empreendedores. A ação incluiu vídeos institucionais, depoimentos e chamadas que estimularam o público a buscar independência com iniciativas próprias.

Como analisa Finguermann (2023), esse projeto surgiu como um plano estratégico da Globo de faturar em cima do povo brasileiro, que sofria com a crise econômica gerada pela pandemia. O cenário não era dos melhores, o país atingiu seu recorde nas taxas de desemprego e desocupação, e os salários não aumentavam desde 2018, enquanto a inflamação dos alimentos estava nas alturas. Com isso, surgiram os auxílios emergenciais do governo entre 2020 e 2021, que ajudou, mas não garantiu o fortalecimento financeiro dessas pessoas. Desamparadas pelo Estado e sem perspectivas no mercado, os trabalhadores se lançaram na busca pela sobrevivência de todas as formas, engrossando as fileiras da informalidade, do subemprego e da precarização.

É diante desse cenário que a TV Globo surge com o VAE, seu projeto comercial em prol do empreendedorismo, veiculando chamadas na TV e divulgando nas plataformas digitais da emissora, a fim de convencer essas pessoas à investirem no próprio negócio ou até mesmo regularizarem seus trabalhos autônomos e informais, garantindo que assim saíam da crise e cresceriam como microempreendedores. Em concordância com Finguermann (2023), ressaltamos aqui que o interesse da Globo era meramente lucrar em cima dessas pessoas, a

²⁵ Disponível em: <https://telaviva.com.br/19/11/2019/novo-projeto-da-globo-incentiva-o-empreendedorismo-brasileiro/>. Acesso em: 27 de jul.2025.

propaganda criativa, com ritmo acelerado e discurso convincente, ao mesmo tempo, que responsabilizava o empreendedor sobre o seu sucesso, também o responsabilizava pelo seu fracasso.

O VAE se torna um conceito ideológico dentro da Globo, que passa a trazer o tema empreendedorismo para dentro dos programas de entretenimento, jornalísticos e ficcionais, como as telenovelas. E portanto, não é por acaso que vemos em *Vai Na Fé* o empreendimento das quentinhas de Sol, fazendo uma ponte entre a história ficcional e a campanha da Globo. Além disso, comparando a logomarca oficial da campanha com a do título da novela, a identidade visual parece ser quase a mesma, como se o conceito desse projeto comercial da emissora estivesse subentendido na criação de *Vai Na Fé* como um “produto Globo”.

Figura 5 - Logo de Vai Na Fé



Fonte: Reprodução Globo.

Figura 6 - Logo da campanha VAE



Fonte: Reprodução Globo.

Em uma participação da atriz Elisa Lucinda, que interpreta a mãe de Sol e ajudante no comércio de marmitas, o programa *É de Casa* mostrou o cotidiano de Índia do Brasil, mulher que vende quentinhas em feiras paulistanas, e que foi chamada de “batalhadora” e de “Dona Marlene da vida real”²⁶.

5.7. VAI NA FÉ COMO OBRA DE ROSANE SVARTMAN: MARCAS E ESTRATÉGIAS DE CRIAÇÃO DA AUTORA

Consagrada com a melhor novela do ano no prêmio *Melhores do ano do Domingão com o Hulk* de 2023 na TV Globo²⁷, *Vai Na Fé* consolidou a carreira de Rosane Svartman como uma potente autora de novelas na emissora, se destacando pela sua narrativa criativa e

²⁶ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/11556733/?s=0s>. Acesso em: 26 de jul. 2025.

²⁷ Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2023/12/melhores-do-ano-2023-vai-na-fe-bate-terra-e-paixao-e-e-eleita-novela-do-ano.shtml>. Acesso em: 26 de jul. 2025

original. Autora de outros sucessos da teledramaturgia da *Globo* como *Malhação: Intensa como a Vida* (2012) em colaboração com Glória Barreto e *Malhação: Sonhos* (2014), *Totalmente Demais* (2015) e *Bom Sucesso* (2019) com Paulo Halm, *Vai na Fé* foi consagrada como a primeira novela solo de Rosane Svartman.

Com esse novo desafio em mãos, Svartman consegue fazer com que *Vai na Fé* caia no gosto do público, contando com uma equipe diversa de colaboradores e trazendo temas sociais atuais e pertinentes para sua sinopse. Segundo o portal *NaTelinha*²⁸, foi durante a pandemia do Covid-19 que Rosane desenvolveu a história de Sol, dando espaço para que suas ideias fossem desenvolvidas sem a colaboração de Paulo Halm, seu último parceiro de escrita. Em entrevista, a autora defende a importância de trazer uma abordagem social em suas produções.

Quem assiste quem? Os telespectadores que assistem a televisão ou a televisão que assiste os telespectadores? A sociedade vai mudando e, principalmente, a telenovela, que é uma obra aberta, uma narrativa extremamente de resiliência. A gente está falando de 70 anos de história. Se a gente assiste a um capítulo de 10 anos atrás, a gente vê como mudou em ritmo, temática, em tudo. Eu acho que o caminho da sociedade é mais diversidade, mais representatividade, mais igualdade, e por isso que as novelas precisam disso para continuar dialogando com o público. (Svartman, *Na Telinha*, 2023, s/p).

Apostando na aproximação do público com suas histórias, Rosane defende a necessidade de abordar assuntos que conversam com a sociedade atual, já que mesmo sendo ficção, a telenovela é um retrato da sociedade que precisa ser reconhecida na TV. Para isso, a autora se guia por meio de outros pontos de vistas diferentes do seu como uma mulher cisgênero e branca que possui privilégios, tentando entender a sociedade de forma ampla. Ainda em entrevista ao *NaTelinha*, a autora fala sobre a importância de uma equipe diversa para escrever suas histórias.

É ficção! Jamais será realidade, mas o folhetim conversa com a sociedade, que é o maior agente transformador do melodrama. Pra escrever, a gente precisa ler. Pra a gente falar, precisa escutar, por isso que eu gosto de ter pessoas na minha equipe com trajetórias diferentes, idades diferentes, orientação sexual, todo tipo de experiência que possa trazer novos olhares e ter escuta. (Svartman, *Na Telinha*, 2023, s/p).

²⁸ Disponível em:

<https://natelinha.uol.com.br/novelas/2023/01/28/parceiros-de-novela-autora-de-vai-na-fe-esclarece-rompimento-com-paulo-halm-193137.php>. Acesso em: 26 de jul de 2025.

Figura 7 - Rosane e seus colaboradores



Fonte: Instagram

Em várias entrevistas durante a exibição da novela, Rosane Svartman era indagada sobre o segredo do sucesso, mas não definia nenhuma resposta metódica. Segundo declaração ao *O Fuxico*²⁹, para a autora era importante ter escuta, ser permeável às novas ideias e estar por dentro das discussões atuais da sociedade, e assim tentar adivinhar sobre o que as pessoas queriam conversar. Também reconhecida por suas pesquisas sobre telenovela, recepção e redes sociais, Svartman costuma sempre estudar a fundo quem está por trás dos números, determinando um grupo focal que está em alta, criando assim um enredo que se aproxime do telespectador. Então assim ela fez com *Bom Sucesso* (2019), antecessora de *Vai Na Fé*, ao criar a mocinha Paloma (Grazi Massafera) a partir de uma pesquisa sobre o aumento no número de mães chefes de família, mesma característica dada a Sol (Sheron Menezes), mas com um novo foco: o aumento do grupo de evangélicos.

Em concordância com Svartman, entendemos que uma telenovela sempre tem um lado autoral e outro industrial, e é por esse equilíbrio que *Vai Na Fé* se sustentou. Do lado autoral, temos as marcas características das obras de Rosane Svartman, recorrências como superação feminina através de suas heroínas batalhadoras que sempre tem algum talento e uma pretensão artística, como Eliza em *Totalmente Demais*, Paloma em *Bom Sucesso* e Sol em *Vai Na Fé*. As anti-heroínas executivas, dúbias e humanas, que sempre fazem algo errado

²⁹ Disponível em: <https://ofuxico.com.br/entrevista/vai-na-fe-autora-avalia-sucesso-da-novela-e-revela-suas-preferencias-na-trama/>. Acesso em: 26 de jul.2025.

por um bom motivo como Carolina Castilho em *Totalmente Demais* e Lumiar em *Vai Na Fé*. E o vilão de terno que é tóxico e debochado, assim como Diogo (Armando Babaioff) e Théo (Emílio Dantas) em *Bom Sucesso* e *Vai Na Fé*, respectivamente. Além disso, a autora costuma trazer em suas tramas um tema principal contendo elementos lúdicos nas cenas das protagonistas ou de outros de personagens sempre ligados a questões artísticas ou clássicas, como o mundo da moda em *Totalmente Demais*, a literatura em *Bom Sucesso* e a musicalidade em *Vai Na Fé*.

Do lado industrial, temos a TV Globo ao redor da criação de Svartman, ao mesmo tempo que a novela traz a cara do autor, ela também carrega consigo um pouco marcas da emissora. Em síntese, a novela é um investimento que precisa dar certo e dar lucro para a organização produtora. Logo, a partir disso, a forma como esse produto televisivo é vendido faz toda a diferença na hora da recepção do público e quanto mais positiva for essa recepção, maior será seu retorno lucrativo para a empresa. Isso também explica, o fato da TV Globo ter vendido *Vai na Fé* como uma “novela evangélica”, a fim de atrair os olhos desse público que estava em alta na audiência da emissora, apesar da novela não ser necessariamente só sobre eles.

5.8 CAMPANHA DE LANÇAMENTO E PLANO COMERCIAL DA NOVELA

A campanha de lançamento de *Vai na Fé* se destacou pela combinação de estratégias de divulgação e criação artística voltadas para seu público-alvo: o trabalhador brasileiro da classe CDE. A novela foi vendida tanto como entretenimento emocional quanto como um veículo de representatividade e impacto social.

Começando pelos seus *teasers* de estreia, que podem ser revistos no *Gshow*³⁰, o primeiro *teaser* de *Vai Na Fé* traz um texto narrado por Sheron Menezes incorporando Sol, a protagonista batalhadora que é colocada como “gente como a gente” na chamada de estreia da obra. Usando na chamada a frase de efeito “Quem acredita, Vai na Fé”, a novela traz a promessa de uma história que se conecta com o brasileiro trabalhador, que acorda cedo pra vencer seu dia em busca de uma vida melhor com esperança e na fé que dias melhores virão. Leia abaixo um trecho do texto retirado do *Gshow* exaltando a novela e a história da personagem central:

³⁰ Disponível em:

<https://gshow.globo.com/novelas/vai-na-fe/noticia/vai-na-fe-veja-as-primeiras-imagens-da-nova-novela-das-7-g.html>. Acesso em: 28 de jul. 2025.

Ela acorda cedinho todos os dias e “Vai na Fé”. O nome dela é Sol, a protagonista da nova novela das 7 interpretada por Sheron Menezes. Ela vive na luta, de sol a sol, para colocar comida na mesa da família, mas sempre com fé de que dias melhores virão. E se você é como Sol, que leva a vida com esperança e, claro, fé, não pode perder “Vai na Fé”. A novela escrita por Rosane Svartman estreia em janeiro, na Globo. (*Gshow*, 2022)

Como podemos observar, a campanha de estreia da novela apela para um lado emocional ao comparar Sol com qualquer brasileiro que se levanta cedo para trabalhar e é fonte de sustento da família. O trocadilho “Sol a Sol” com o apelido da personagem que na verdade se chama Solange, também traz a ideia de esperança, de ver um novo dia nascer. Expressões populares como “vou no corre”, “vou na luta” e “ô prova, Deus do céu!” citadas pela personagem no *teaser* a aproxima do público fazendo alusão ao trabalhador brasileiro, assim como o uso do despertador na sequência inicial indicando o início de uma rotina.

A campanha exalta a pluralidade do brasileiro e a representatividade negra através da protagonista. Segundo matéria da *Veja*³¹, a *TV Globo* lançou a novela destacando o ineditismo na representação negra ao ter duas novelas das sete seguidas por protagonistas negras, a antecessora *Cara e Coragem* com Taís Araújo em destaque e agora Sheron Menezes em *Vai na Fé*.

E quanto à pluralidade, a estreia da novela foi amplamente comentada pelos veículos como uma “mistura” de universos como gospel, funk, periferia e esperança, com potencial de conectar com diferentes públicos. Essa mensagem também foi codificada pela abertura da trama que segundo o portal *Tela Viva*³², foi elaborada por mais de 90 afiliadas da TV Globo através de registros e captações de imagens de todo o Brasil, com brasileiros reais em situações cotidianas, criando uma conexão emotiva com o público e incorporando o clima da trama que fala sobre fé, esperança e diversidade nas imagens que trazem personagens em sua maioria índios, negros, nordestinos e até uma bailarina PCD (pessoa com deficiência), exaltando esses grupos minorizados na abertura do folhetim. Além disso, a peça começa com o despertar do relógio, com o cafezinho coado e com o caminho para o transporte público, retratando a rotina de muitos brasileiros (*Tela Viva*, 2023).

Ao som da canção *Vai Dar Certo (Vai na Fé)*, entoada nas vozes de Negra Li e MC Liro, a abertura exala diversidade não só através dos intérpretes negros da música-tema, mas durante a exibição dos frames. “Pessoas no seu cotidiano, em sua maioria negras, entre

³¹ Disponível em:

<https://veja.abril.com.br/coluna/veja-gente/estreia-de-vai-na-fe-faz-globo-ter-um-feito-inedito/>. Acesso em: 28 de jul de 2025.

³² Disponível em:

<https://telaviva.com.br/17/01/2023/abertura-da-novela-vai-na-fe-foi-elaborada-de-forma-colaborativa-por-mais-de-90-afiliadas-da-tv-globo/>. Acesso em: 31 de jul. 2025.

jovens, adultos e idosos, mostram a simplicidade do brasileiro e com muitos sorrisos em diversas cidades do Brasil” (Silva, 2025, p. 41). Observa-se a letra da canção tema de *Vai na Fé*, exposta na análise de Francisco Silva (2025).

Vai, vai, vai na, vai na fé / Com muita coragem, a gente tá de pé / A gente segue em frente / De cabeça erguida e sonhos pra viver / Nada segura a gente, ninguém segura a gente / Foco, respeito, paz e esperança, essa é a missão Pelos meus, peço força, saúde na vida, muita proteção / E é desse jeito que vai ser/O Sol pra gente sempre vai nascer/Não importa o que acontecer / Nossa voz vai ecoar, o brilho iluminar / Em todo canto, em todo lugar / Vai na fé que eu tô indo atrás/Graças a Deus que eu não choro mais / Quero ver família bem, meus amigos bem, todo mundo bem / Vai na fé que eu tô indo atrás / Graças a Deus que eu não choro mais / Quero ver família bem, meus amigos bem, todo mundo bem / (Vai na fé) / Vai buscar o que é seu, vai Vai viver o que é seu, e assim que é / Sacode essa poeira do pé Bora na fé, bora na fé/O clima lá em cima, sem deixar cair Gratidão todo dia é o que faz prosseguir / Na luta do dia a dia, tem vários por mim/Sem caminhar sozinho a gente vai, vai, vai / E é desse jeito que vai ser / O Sol pra gente sempre vai nascer/Não importa o que acontecer Nossa voz vai ecoar, o brilho iluminar / Em todo canto, em todo lugar / Vai na fé que eu tô indo atrás/Graças a Deus que eu não choro mais Quero ver família bem, meus amigos bem, todo mundo bem / Vai na fé que eu tô indo atrás / Graças a Deus que eu não choro mais / Quero ver família bem, meus amigos bem, todo mundo bem / Vai, vai, vai na, vai na fé (Anchieta et al., 2023).

Em um ritmo empolgante, no estilo R&B, a letra da canção estampa a cara da novela que fala sobre fé, sobre quem levanta cedo e segue em frente, combinando-se perfeitamente com as imagens que mostram a cotidianidade dos brasileiros e com a história central de Sol. No refrão “Vai na fé que eu tô indo atrás. Graças a Deus que eu não choro mais. Quero ver minha família bem, meus amigos bem, todo mundo bem”, segundo análise de Silva (2025, p. 43), “a música evoca esperança e resiliência, ao mesmo tempo que ressalta a importância dos laços familiares e da amizade”.

A festa de lançamento da novela ocorreu no dia 10 de janeiro de 2023 no Teatro Rival, no centro do Rio de Janeiro, e reuniu o elenco, equipe de roteiristas e diretores em clima de festa junto a uma coletiva de imprensa para falar sobre as expectativas com a novela. Segundo o blog *De olho nos detalhes*³³, a escolha do local da festa fazia parte de um dos cenários da novela, onde aconteceram alguns shows de Lui Lorenzo, cantor de pop decadente vivido por José Loreto, que inclusive incorporou o personagem para se apresentar no palco do evento cantando em primeira mão as músicas inéditas do cantor fictício e divulgando o pré-save das músicas na plataforma de streaming *Spotify* e nas demais plataformas digitais.

³³ Disponível em: <http://zamenza.blogspot.com/2023/01/tudo-sobre-festa-de-lancamento-de-vai.html>. Acesso em: 28 de jul de 2025.

Em declarações sobre Sol na festa de lançamento da novela, Sheron Menezes define a personagem como uma mulher de verdade, que acorda cedo, cuida da família, da casa, da mãe, assim como milhares de brasileiras. Sendo a grande estrela da festa e da novela, é o protagonismo da vida de Sol que dá tom ao enredo da *Vai na Fé*. Leia um trecho da entrevista de Sheron Menezes ao portal Arte Blitz³⁴ contanto sobre a personagem.

A Sol é uma mulher real, não é fictícia. Ela é uma mulher que você vai olhar e falar, nossa, ela é igual à minha vizinha, à minha tia, à minha mãe, ela tem os mesmos problemas que não sei quem. Você vai identificar a Sol em qualquer cantinho da sua vida e isso é muito interessante. Ela é muito pé no chão. (Menezes, Arte Blitz, s/p).

Diante da fala de Sheron Menezes, percebemos que a novela queria vender a ideia de ser popular, uma novela do povo, que fala sobre o povo, que conversa com o público e causa identificação das pessoas. A diversidade também é um ponto central defendido durante a campanha da novela, Rosane Svartman exalta a sua equipe diversa de roteiristas, consultores e pesquisadores para a construção das histórias e Paulo Silvestrini, diretor artístico da obra, em declaração ao portal *O Liberal.com*³⁵ fala sobre o conflito de gerações e camadas socioculturais dentro da diversidade da trama:

É uma novela carregada dessa positividade tão característica do povo brasileiro, dessa certeza de que o amanhã será melhor. O ambiente é essa cidade plural e misturada, onde as diferentes gerações, culturas e identidades sociais se confrontam e convivem, adequando expectativas e revendo valores.

Lembremos que *Vai na Fé* foi um projeto encomendado pela TV Globo, logo, o interesse da emissora não estava apenas pautado na representatividade, mas sim nos números que essa representatividade renderia comercialmente para a emissora. Obtendo uma resposta positiva, a obra de Rosane Svartman contou com 15 marcas anunciantes, que participaram em cerca de 60 ações de *merchandising* inseridas na trama, se tornando a telenovela das sete de maior faturamento comercial da Globo ultrapassando *Cheias de Charme* (2012) a última recordista³⁶.

³⁴ Disponível em:

<https://arteblitz.com/noticia/novelas/veja-tudo-sobre-a-festa-lancamento-de-vai-na-fe-nova-trama-das-7-da-globo>. Acesso em: 28 de jul de 2025.

³⁵ Disponível em:

<https://www.oliberal.com/cultura/vai-na-fe-traz-mensagem-de-garra-para-a-televisao-1.634763>. Acesso em: 28 de jul de 2025.

³⁶ Disponível em:

<https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2023/08/vai-na-fe-supera-recorde-de-cheias-de-charme-e-se-torna-o-maior-faturamento-da-globo-as-19h.shtml>. Acesso em: 29 de jul de 2025.

Dentre as marcas patrocinadoras do projeto, a BRF, uma das maiores companhias alimentícias do mundo, foi a principal, prevalecendo durante toda a trama atrelada às marcas Perdigão, Sadia e Qualy, que apareciam na vinheta da novela. Com o uso do *merchandising* inseridos na narrativa de forma orgânica, várias outras marcas faturaram com *Vai na Fé*, foram elas: Coca-Cola, Intimus, Warner, Heineken, Banco do Brasil, Nexgard, Buscofem, Nivea, Maggi, Amazon, Sensodyne, Fanta, Shopee e Claro³⁷.

Com a operadora Claro, houve um *merchan* diferente na novela: a *Campanha Multi* foi inserida no enredo de Sol e teve uma ação segmentada para diferentes regiões do Brasil. Em um modelo de publicidade integrado ao conteúdo, a protagonista contrata o plano da Claro, comemora com a família e depois é convidada a protagonizar um comercial fictício dentro da novela, promovendo o produto de forma orgânica. Além disso, a execução incluiu outdoors customizados em 3D nas cenas, segmentados para diferentes praças (SP, RJ, Brasília, BH, Recife), refletindo ofertas reais nos breaks da emissora³⁸.

Essa ação comercial da Claro rendeu bons resultados financeiros para a marca, reafirmando o sucesso da novela na época. Segundo pesquisas de *marketing*, a ação com os outdoors incluídos nas cenas dos prédios alcançou 43,1 milhões de pessoas e as ações de conteúdo com a Sol interagindo com a Claro no meio da trama, foram vistas por mais de 37,3 milhões de espectadores. A busca pelo *Plano Multi* aumentou em 12% após ser inserida na novela e 81% das pessoas sentiram vontade de contratar serviços da Claro depois de terem visto na novela.

Do mesmo modo que a Claro, o Banco do Brasil também foi uma marca que se tornou personagem em *Vai na Fé*³⁹. Com o *Painel PJ*, uma plataforma de organização financeira para microempreendedores, a marca entra no universo de Sol e sua venda de quentinhas como solução para regularizar seu negócio.

Diante desses resultados comerciais, podemos analisar e entender quais motivos levaram *Vai na Fé* se tornar um marco no faturamento da TV Globo. O primeiro sem dúvidas, diz respeito ao engajamento com o público no texto jovial de Rosane Svartman, num estilo meio “Malhação”, com uma história empolgante que falava sobre funk, periferia, religião,

³⁷ Disponível em:

<https://www.meioemensagem.com.br/midia/vai-na-fe-termina-com-15-marcas-e-recorde-comercial-para-a-globo>. Acesso em: 29 de jul de 2025.

³⁸ Disponível em:

<https://marketingfuturetoday.com/future-brand-lab/campanha-integrada-da-claro-inova-em-novela-da-globo/>. Acesso em: 29 de jul de 2025.

³⁹ Disponível em:

<https://marcaspelomundo.com.br/anunciantes/plataforma-do-banco-do-brasil-ganha-papel-em-novela-da-tv-globo>. Acesso em: 29 de jul de 2025.

empreendedorismo, tudo ao mesmo tempo com humor e leveza, atribuídos a temas sociais importantes e atuais na sociedade, como o racismo, violência sexual e doméstica, relações homoafetivas, masculinidade tóxica e muito mais.

Outro motivo, seria a representatividade que a novela trouxe: essa aproximação com o público negro que passou a se reconhecer na novela, pode ter gerado uma grande conexão emocional dessas pessoas com a trama e consequentemente resultados consistentes para as marcas que eram inseridas na história.

Os resultados de faturamento da TV Globo com *Vai Na Fé* foram tão positivos que culminaram em um modelo padrão de estratégias comerciais para aplicar-se nas novelas sucessoras ao folhetim como *Fuzuê* e *Família é Tudo*. O plano comercial denominado *Novela II 2024*, divulgado em anexo⁴⁰ pela TV Globo em 2024, traz alguns dados interessantes que nos ajudam a entender o fenômeno *Vai na Fé* em algumas instâncias como produto de sucesso da *Globo*.

Só o fato de *Vai na Fé* ser uma telenovela já diz muita coisa, esse gênero televisivo representa a maior audiência da TV brasileira e está enraizado na nossa cultura assim como o futebol, o carnaval e outras tradições. A telenovela assim como aponta o estudo de Lopes (2003), é uma narrativa sobre a nação, logo, ela se torna mais do que um programa de entretenimento e passa a ser um produto de estudo da sociedade que além de disseminar propaganda, orienta o consumo e assim, lança tendências. Outro fato, é que telenovela é o gênero mais lucrativo da Globo, sendo maior audiência na TV, quanto no streaming *Globoplay*.

Cada vez mais próximas da vida real, as novelas se tornam parte de nós, mas claro que isso só acontece quando nos identificamos com ela, e quando ela adentra nosso cotidiano, quando comentamos dela na rua, nas redes sociais e foi assim com *Vai Na Fé*, a obra de Svartman conquistou o público, foi comentada e engajada nas redes. A estratégia de narrativa transmídia com Lui Lorenzo deu certo, tornando o cantor fictício um fenômeno musical fora das telas, com seus hits viralizando nas trends do *Tik Tok*, fazendo sucesso também no Youtube e no Spotify, alcançando uma marca de quase 9 milhões de streams no perfil de Lui, segundo dados do plano comercial.

Outro dado importante do plano, aponta que o público jovem tem se tornado cada vez mais noveleiro. De acordo com a pesquisa, a telenovela é o segundo gênero mais consumido

⁴⁰ TV GLOBO. *Plano Comercial Novela II 2024 – Upfront*. [S. l.], 2024. Disponível em: https://s3.glbimg.com/v1/AUTH_30f886c761034fe888c2ebb5d9703be4/PROD/Upfront/2024/produtos/ATUALIZADAS/Plano%20Comercial%20Novela%20II%202024%20-%20Upfront.pdf. Acesso em: 9 ago. 2025.

por esse grupo e 8 em cada 10 jovens assistiram novela no primeiro semestre de 2023, época em que *Vai Na Fé* estava no ar, o que reafirma o sucesso do texto jovial de Rosane Svartman, atingindo esse público-alvo. Além disso, é a partir desse grupo que a telenovela se reverbera nas redes sociais, através de memes, trechos de cenas, paródias, dentre outras formas de consumo que se expandem através desse produto televisivo. Tendo o público jovem como seu principal consumidor, *Vai Na Fé* alcançou a marca de 3,3 bilhões de visualizações no *Tik Tok*, se tornou a 2ª novela de maior video views no *Globoplay* e o 3ª conteúdo mais assistido no streaming da *Globo*, além de ter sido a primeira novela de maior visualização de páginas do *Gshow*.

Vai na Fé se mostra uma novela versátil ao atingir diversos públicos durante as pesquisas de audiência, reforçando a ideia da sinopse feita para todo o brasileiro. O público de primeiro alcance é o feminino com 76% de engajamento de mulheres entre 18 e 44 anos, o que nos faz refletir sobre a ideia de reconhecimento. São muitas as personagens femininas que se destacam na novela, inclusive o empoderamento feminino é um dos pilares do folhetim, o que explica o engajamento desse público nessa faixa que pode se reconhecer no auge dos 40 anos com Sol, que é mãe chefe de família, ou jovens que se reconhecem na esforço da estudante Jennifer ou no jeito da espevitada Kate. O alcance ao público masculino da novela atingiu a marca de 75% de engajamento, ou seja, apenas 1% de diferença do público feminino. O público jovem foi atingido em 69%, enquanto crianças e adolescentes 67%, provando a versatilidade dos telespectadores da trama.

Quanto à classe social, o primeiro alcance de *Vai na Fé* concentrava-se nos grupos sociais C, D e E atingindo a marca de 77% de alcance dessas pessoas, enquanto os grupos A e B eram 70%. Com esses dados, podemos concluir que a audiência de *Vai na Fé* e da TV Globo na faixa das sete era representada em sua maioria pelos grupos socioeconômicos mais baixos no Brasil, que segundo dados do IPEA 2022, é de maioria negra.

5.9. A DIVERSIDADE NA TRAMA

Nesta seção, entraremos sucintamente no universo narrativo de *Vai Na Fé*. Mesmo que não seja objetivo focal desta pesquisa, a construção do enredo da novela comprova a metodologia de análise para produtos audiovisuais proposta por Miranda (2020), já que as circunstâncias institucionais implicaram diretamente nas instâncias narrativas e de recepção deste produto. Como vimos até aqui, a TV Globo, após a notificação do MPT em 2018 e assinatura do Pacto de Promoção da Equidade Racial em 2021, adotou novas políticas

internas em busca de maior representatividade no quadro de funcionários da empresa como um todo. Em 2023, essas mudanças puderam ser vistas em *Vai Na Fé*, através da diversidade da trama, dos personagens, da equipe de produção, da trilha sonora e da narrativa dessa obra.

Relembrando a fala de Rosane Svartman em entrevista ao *Gshow*, em que a autora diz que pretendia contar uma história de “gente como a gente”, percebemos que ela cumpre seu papel ao analisarmos a construção da trama e de seus personagens. A novela se destaca por trazer uma humanização a eles, mostrando a sociedade como realmente ela é. O diferencial dessa novela é que ela não traz apenas representações, mas também representatividades.

Seja ela racial, religiosa ou de orientação sexual, a busca por representatividade em *Vai Na Fé* está em toda parte, com um elenco diverso e representativo. Como já dito anteriormente, a novela traz originalidade ao contar com um elenco majoritariamente negro, começando pelo casal protagonista Sol (Sheron Menezes) e Ben (Samuel de Assis), ambos vivendo em mundos opostos mesmo tendo a mesma cor, o que confirma a não-esteriotipação dos personagens, ao ter Sol como uma mulher negra evangélica, mãe e chefe de família (após a morte de Carlão) que vive na periferia, e Ben como um advogado negro, rico e bem sucedido da Zona Sul. Além do casal de mocinhos, temos na família de Sol uma composição 100% negra, fazendo com que a novela se torne a pioneira ao colocar uma família totalmente negra no centro da história e não no núcleo coadjuvante. Dentre os vários personagens negros inclusos na trama todos possuem camadas e participam ativamente da história, possuindo suas particularidades próprias e fugindo dos estereótipos comuns.

Figura 8 - Família de Sol em Vai Na Fé



Fonte: Site Mundo Negro

A representação LGBTQIA+ também é um ponto positivo na novela: apesar das controvérsias com o veto da TV Globo aos beijos gays entre os casais Yuri (Jean Paulo Campos) e Vini (Gutierry Sotero); Clara (Regiane Alves) e Helena (Priscila Steinman), o que representava um retrocesso a essa diversidade posta pela Globo, a novela contava com uma boa gama de personagens gays e cada um tinha seu jeito de ser, sem apelo a estereotipação. De homossexuais assumidos como Vitinho (Luis Lobianco) e Anthony Verão (Orlando Caldeira) à personagens se descobrindo bissexuais de forma realista e espontânea como Yuri e Clara, a novela perpassa por diferentes representações dessa comunidade.

Figura 9 - Personagens LGTBQIAPN+ em Vai Na Fé



Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Vai Na Fé tinha tudo para se tornar um marco representativo a comunidade LGBTQIAPN+, os casais homossexuais da novela conquistaram o coração do público, os *shipp*s (torcida pelo casal) de Yurini (Yuri e Vini) e Clarena (Clara e Helena) dominavam as tags sobre a novela nas redes sociais, mas não foram capazes de superar o conservadorismo imposto pela emissora na época, que por medo da reação do público conservador evangélico, a massa de audiência que a Globo vinha conquistando, censuram por várias vezes tentativas

de um “beijo de verdade” desses casais⁴¹⁴². Por esse exemplo, vemos que o interesse da TV Globo como empresa era muito mais conquistar sua massa de audiência que consequentemente traria retornos financeiros lucrativos do que entrar em pautas representativas que gerariam riscos de percurso.

Figura 10 - Casais homossexuais de Vai Na Fé



Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

A supressão dos beijos gays em *Vai Na Fé* expôs um retrocesso no avanço da diversidade, especialmente em uma trama que buscava dialogar com públicos progressistas e evangélicos ao mesmo tempo. Essa decisão da TV Globo gerou críticas e debates polêmicos contra a emissora nas redes sociais e sua lógica progressista foi chamada de “progressismo de conveniência”, com receio de rejeição de público conservador e pressão por anunciantes. Segundo coluna do *Notícias da TV*⁴³, o veto partiu da “Bispa”, apelido irônico dado ao diretor artístico dos Estúdios Globo, Amauri Soares, que assumiu o cargo em 2020, no lugar de

⁴¹ Disponível em:

https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/novelas/o-que-aconteceu-com-beijo-lesbico-de-vai-na-fe-saiba-por-que-cena-foi-censurada-102360?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 16 de jul. 2025.

⁴² Disponível em:

https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/novelas/globo-censura-vai-na-fe-pela-3-vez-e-esconde-beijo-gay-cortou-d-e-novo-103567?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 16 de jul. 2025.

⁴³ Disponível em:

<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/novo-chefao-da-globo-corta-beijo-em-vai-na-fe-e-promove-ate-cura-gay-103772>. Acesso em: 16 de jul.2025

Ricardo Waddington. Com um postura mais conservadora, o diretor cortou várias cenas que julgava serem explícitas demais nas telenovelas da época e com *Vai Na Fé* não foi diferente.

Apesar dos retrocessos nas questões de diversidade sexual, *Vai Na Fé*, como o próprio título da novela já diz, apostou firme na diversidade religiosa. Mesmo com o foco no público evangélico, a trama é assertiva ao mostrar através dos seus personagens outras formas de expressão de fé, além da religião da protagonista. Ben, o protagonista masculino é candomblecista e podemos ver um ritual dessa religião de matriz africana em uma cena do personagem no terreiro. Os dogmas do Budismo e suas filosofias são explorados através de Fábio Lorenzo (Zé Carlos Machado) e Dora (Claudia Ohana).

Figura 11 - Ben no terreiro de Candomblé



Fonte: Gshow

Outro ponto marcante da trama de Rosane Svartman é o protagonismo feminino. Além de Sol, outras personagens femininas se destacam no enredo, e todas elas possuem algo em comum, a vontade de serem felizes e realizadas. A felicidade da protagonista está no seu desejo de voltar aos palcos, mas para isso precisa enfrentar o preconceito dos irmãos da Igreja e o julgamento pela sua idade, por ter 40 anos e 2 filhas. O mesmo julgamento por etarismo acontece com sua mãe Marlene (Elisa Lucinda), antes dona de casa, resolve aproveitar mais a vida ao sair para vender as quentinhas de Sol junto com Bruna, quando a dançarina vai para os palcos de vez, além de se entregar a um novo amor. Ainda há Wilma Campos (Renata Sorrah), mãe de Lui Lorenzo e ex-atriz que ficou no esquecimento por envelhecer, trazendo uma discussão direta entre etarismo e perda de fama.

O empoderamento feminino é um dos pilares da trama, já que as mulheres de *Vai Na Fé* podem ser e estar onde quiserem. Sol mostra que é possível ser evangélica, chefe de família, empreendedora e dançarina ao mesmo tempo, passando por cima dos julgamentos de seus vizinhos “crentes”. Outra crítica espontânea que a novela discute em algumas cenas de forma cômica, ressaltando a hipocrisia religiosa, quando os fiéis da Igreja fazem intriga com comentários invasivos sobre a vida da protagonista. Ainda vemos Jennifer (Bella Campos), a filha de Sol, como uma jovem preta estudante de Direito, e Duda (Manu Estevão), a caçula da família, como uma menina que gosta de treinar boxe. Ainda no núcleo de Piedade, temos Kate (Clara Moneke), que apesar de se encaixar no estereótipo da mulher negra hipersexualizada, nos surpreende ao longo da história, ao se entender como uma mulher bonita e empoderada após uma decepção amorosa com o vilão Théo, que só a via como objeto sexual.

Do outro lado da história, outras mulheres se destacam, como Clara que vive em um relacionamento abusivo e um casamento infeliz com Théo, que sempre tenta humilhar e diminuir a esposa. O desenvolvimento do enredo de Clara é um dos mais interessantes da novela, antes submissa ao marido e com autoestima baixa, Clara se reinventa ao começar fazer atividades físicas com a personal trainer Helena e viver um relacionamento sáfico com a moça, se descobrindo assim uma mulher bissexual. Ainda na trama, Clara pensa em reassumir os negócios da sua própria empresa, que é comandada por Théo, confrontando o marido. Lumiar (Carolina Dieckmann) se destaca como advogada e professora da Universidade ICAES; casada com Ben, vive o dilema de não querer ser mãe, enquanto o sonho do marido é ter um filho. Guiga (Mel Maia), aluna do ICAES, é a *it girl* da novela, menina branca e rica, que se divide entre o curso de Direito e a vida de influencer digital.

Figura 12 - Mulheres empoderadas de Vai Na Fé



Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

E falando no ICAES, é nesse núcleo como se fosse uma espécie de “Malhação 2.0”, que a trama jovem se desenrola e seus alunos levam as mais variadas discussões para a sala de aula. Debates sobre racismo estrutural, privilégios, feminismo, machismo e masculinidade tóxica são levados de forma espontânea e didática para a novela. E é assim como um grande “workshop ficcional” que *Vai Na Fé* se torna um fenômeno na TV Globo, discutindo temas que conversam com a sociedade e aproxima seu público, que se reconhece na história. Partindo disso, voltando ao foco do nosso problema de pesquisa analisaremos no capítulo seguinte a construção dos personagens negros e os debates raciais inseridos em *Vai Na Fé*.

5.10 O POSICIONAMENTO RACIAL DE VAI NA FÉ

Mais que uma novela de sucesso, *Vai Na Fé* representa uma mudança estrutural e simbólica na televisão brasileira ao colocar corpos e vozes negras no centro de sua dramaturgia, não apenas como enfeite ou exceção, mas como potência e norma. Seu posicionamento racial não se limita a discursos, mas se concretiza nas escolhas narrativas, estéticas, afetivas e políticas da obra.

O protagonismo de Sol (Sheron Menezes), mulher negra, mãe solo, evangélica e empreendedora de periferia, marca a ocupação de um espaço simbólico historicamente negado à população negra: o centro da narrativa. Após anos de invisibilidade racial da população negra na teledramaturgia, a TV Globo com *Vai Na Fé* se destaca por construir uma narrativa que traz diversidade de vivências negras.

Figura 13 - Protagonistas negros de Vai na Fé



Fonte: Site Mundo Negro.

Logo no centro da história, conhecemos a família 100% negra de Sol, seu marido Carlão (Che Moais), homem honesto que após a pandemia sofre com a falta de oportunidades para voltar a trabalhar, tanto é que nos primeiros capítulos da trama, há uma cena em que o marido de Sol à procura de emprego escuta aquela frase clichê “Você não tem nosso perfil” reafirmando o racismo institucional que está enraizado na sociedade. Provavelmente se Carlão fosse um homem branco, loiro e de olhos azuis, não escutaria esse tipo de comentário. Sol e Carlão são pais de duas meninas, a mais nova do casal Duda (Manu Estevão) e a primogênita Jenifer Daiane (Bella Campos), estudante de Direito e a primeira da família a ingressar no curso superior, sendo o motivo de orgulho de seus pais e sua avó Marlene (Elisa Lucinda), mãe de Sol. A família Carvalho, é a principal da novela e representa milhares de famílias negras de classe média existentes no Brasil, mas que por muito tempo foram apagadas das novelas como se não existissem e quando apareciam eram o alívio cômico da trama. Família raiz que tem seus desentendimentos entre si, mas que se amam e vão até ao culto juntos, era esse o núcleo central de *Vai Na Fé*.

Apesar de seu protagonismo negro, *Vai Na Fé* não é uma novela sobre racismo. E o diferencial da obra de Svartman está aí, ao colocar negros no centro da narrativa, sem que a pauta racial seja o único foco da trama. A sinopse de Rosane não precisou ser de época ou ligada ao mundo crime para dar lugar à negritude do seu elenco, geralmente eram nesses casos que víamos um número expressivo de personagens negros em novelas. Fugindo dos

estereótipos, *Vai Na Fé* fala de “gente como a gente”, de gente preta que trabalha, estuda, tem angústias, sonhos, família, como qualquer um, desmistificando as imagens de controle impostas sobre essas pessoas. A trama não silencia a questão racial, mas articula uma abordagem antirracista não panfletária, por meio de situações concretas vividas pelos seus personagens negros.

A protagonista Sol é colocada na posição de heroína da história, é ela a fonte de sustento de sua família, antes e mesmo após a morte de Carlão, a personagem representa a típica mulher negra forte e mãe solo, que tem seus momentos de sofrimento, mas que não se perpetua durante toda a trama. Sol tem sonhos e vontades, e não deixa se abalar por nada, é por meio do empreendedorismo com as “quentinhas da Sol”, da dança ao se tornar bailarina de Lui Lorenzo e da sua devoção cristã que a personagem se completa.

Figura 14 - Sol e suas versões



Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Nada de faxineira ou pobre coitada no estilo “gata borralheira” que se apaixona por um homem rico: a história da mocinha de *Vai Na Fé* é original e isso deixa a obra interessante. O par romântico de Sol, o outro protagonista negro da história é Benjamin

Garcia, o Ben (Samuel de Assis), advogado bem-sucedido, culto e sensível que rompe com o arquétipo do homem negro pobre, rude ou hipersexualizado. Casado com Lumiar (Carolina Dieckmann), professora e advogada loira dos olhos azuis com quem divide um escritório de advocacia e melhor amigo do empresário Théo (Emílio Dantas), também branco. Ben é o único personagem negro rico da história. E durante a trama, entendemos que o personagem é a personificação do famoso conceito do *tokenismo* em seu núcleo.

Ben é único em tudo, foi o único negro da faculdade de Direito do ICAES na sua juventude, e consequentemente é o único negro entre seus amigos. Embora nascido em família rica, o personagem é retratado como alguém que alcançou seus objetivos profissionais por mérito próprio, já que era um aluno que se destacava entre os demais em um época que não existia o sistema de cotas raciais, reafirmando a intelectualidade do homem negro e desconstruindo a ideia do epistemicídio, que é a negação de saberes de um grupo oprimido, segundo Ribeiro (2019). A novela explora a trajetória de Ben, um homem negro que se tornou um advogado de respeito, mas que ao longo de sua vida teve que enfrentar várias situações ligadas ao racismo, que é exposto em alguns *flashbacks* na novela, dando bagagem ao personagem.

Figura 15 - Ben como advogado em Vai Na Fé



Fonte: Reprodução Globo

A história de Sol e Ben começa a 20 anos atrás: foi durante a faculdade, frequentando bailes funk na zona norte que o “riquinho da zona sul”, conheceu a “garota do baile”. Ambos negros, mas com realidades sociais bastante diferentes, o casal vive um grande amor durante adolescência, mas se separam por uma série de mentiras e armações implantadas por Théo, que se torna obecado pela namorada do melhor amigo. A Sol adolescente era ingênua, e uma

menina negra hipersexualizada, que subindo nos palcos no “Baile do Nenei”, era alvo do olhar de vários homens, dentre eles, o olhar apaixonado de Ben e o obsessivo de Théo.

Figura 16 - Sol, Ben e Théo jovens



Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

É a partir disso que o conflito principal da trama se forma: entre flashbacks e relatos dos personagens várias discussões são tomadas e questões raciais são colocadas em pauta nas histórias. Após 20 anos, a vida dos protagonistas se inter cruzam, quando Jenifer, a filha de Sol, ingressa como bolsista no ICAES para cursar direito e passa a ter aulas com a professora Lumiar, esposa de Ben. Jenifer é uma jovem negra e estudante universitária cotista, ativista, com conflitos reais sobre fé, militância e identidade. No ICAES, a personagem se reconhece na história de Yuri (Jean Paulo Campos) e Bela (Clara Serrão), que também são cotistas negros de baixa renda que entraram na universidade graças ao ProUni, mencionado em uma cena logo no primeiro capítulo da trama, trazendo a inclusão racial pelo sistema de cotas como pauta na novela. É nos debates na sala de aula que vemos Jenifer se destacando como a melhor aluna da turma, reafirmando a luta contra o epistemicídio na trama, colocando uma jovem negra estudiosa e com opinião própria, enaltecendo a personagem.

Figura 17 - Bela, Jennifer e Yuri como alunos cotistas do ICAES



Fonte: Reprodução Globo

A questão da desigualdade racial e social na novela também é evidenciada através desse trio de personagens. Em algumas cenas, vemos a dificuldade de Jennifer, Yuri e Bela de se encaixarem como alunos negros em uma universidade particular. A desigualdade é exposta quando eles não conseguem almoçar na faculdade por falta de dinheiro, quando precisam ir de ônibus para a aula, enquanto alunos brancos chegam de carro, quando são convidados para as festinhas universitárias, barzinhos pós aula, mas precisam pensar na condução pra voltar pra casa e se vão ter dinheiro para o “rolê”.

Um evento narrativo que também denuncia uma questão racial é a prisão de Yuri logo nos primeiros capítulos da novela. O evento narrativo acontece logo no capítulo 2 da trama: ao sair correndo de um bar por ciúmes de Jennifer e Otávio (Gabriel Contente), provocado por Fred (Henrique Barreira), Yuri é parado na esquina por policiais e é preso injustamente. O racismo estrutural é escancarado na novela quando o personagem é levado para a delegacia e no reconhecimento pessoal de suspeitos é acusado de estupro e roubo por uma mulher branca, entre dois suspeitos brancos. Ela não tinha certeza de nada, mas infelizmente a cor da pele falou mais alto e Yuri passou a noite na cadeia, mesmo sendo inocente.

Figura 18 - Yuri preso em Vai Na Fé



Fonte: Notícias da TV

Todos se comoveram com a prisão injusta de Yuri no ICAES, principalmente Jenifer, que ficou à frente do caso como se já fosse uma advogada formada - chamando a atenção de Lumiar e Ben pela sua competência. A repercussão da prisão de Yuri na universidade comprometeu a bolsa do estudante, fazendo com que os alunos lançassem a campanha “Fica Yuri” para o colega não ser expulso. Yuri foi solto após prenderem o verdadeiro suspeito do crime, mas o racismo sofrido pelo personagem despertou gatilhos para toda sua vida. No decorrer da novela, Yuri se aproxima de Vini (Guthierry Sotero), também aluno do ICAES e líder do coletivo negro, um espaço que reúne alunos negros para debater questões raciais dentro da faculdade e fora dela, compartilhando experiências de suas vivências negras, trazendo a questão da representatividade negra e luta contra o racismo para o enredo. Ben, após se envolver com o caso de Yuri, é convidado a também participar desse grupo e, como homem negro, começa a se questionar sobre sua trajetória e pelas dificuldades que passou ao longo de sua vida como o único aluno negro do ICAES na sua época, se tornando um símbolo de força para esses bolsistas não desistirem de ocupar seus espaços por direito.

Figura 19 - Coletivo negro no ICAES



Fonte: Gshow

Outro posicionamento racial que gerou grande repercussão em *Vai na Fé*, foi a relação homoafetiva de Yuri e Vini, se tornando o primeiro casal homossexual negro da teledramaturgia brasileira. Em uma televisão historicamente marcada por relações brancas, cis e heteronormativas, a visibilidade de dois jovens negros LGBTQ+ em uma relação amorosa representou uma quebra de paradigma. Além disso, o envolvimento dos personagens

aconteceu de forma gradual, conquistando espaço aos poucos na novela. Vini era um jovem com a sexualidade bem definida, se considerando bissexual, enquanto Yuri, era um jovem cheio de inseguranças e incertezas, acostumado a se envolver com garotas - por isso, inclusive, nega por um tempo as investidas de Vini.

A narrativa de Yuri e Vini era bem construída, os personagens não eram caricatos e a relação deles não se resumia apenas à sexualidade: havia paixão, carinho, escuta, insegurança, ciúmes e superação, como em qualquer história de amor, fazendo com que o público torcesse pelo casal. Todavia, isso não foi o suficiente para que a TV Globo vetasse várias cenas de beijo do casal, causando revolta nas redes sociais. Depois de muita pressão do público, só no capítulo 132, quase no final da novela, o beijo é liberado pela Globo, mas mesmo assim de forma singela representado por um “selinho”. Apesar da pequena vitória com a cena indo ao ar, Yuri e Vini não terminaram a novela juntos, o que foi apontado pelos fãs como exemplo da política conservadora pregada pela emissora na época. O que tinha tudo para se tornar um grande marco representativo para TV Globo virou sinônimo de retrocesso com a censura ao casal.

Voltando à trama principal, nos deparamos com um conflito que se desenrola durante toda a novela, que é o abuso sexual sofrido por Sol na juventude. A temática do estupro inserida na personagem não é por acaso: segundo dados do Atlas da Violência 2023 do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), mais de 50% das vítimas de violência sexual são negras e jovens⁴⁴. A história de Sol traz essa discussão e representa de forma humanizada essas mulheres na ficção. Jovem frágil e vulnerável, aos 20 anos, Sol foi abusada sexualmente pelo vilão Théo após ser dopada de bebida no “Baile do Nenei”. Na ocasião, Sol estava decepcionada amorosamente por Ben, por mentiras inventadas pelo vilão e, em cenas de flashback, vemos Théo ainda jovem se aproveitando da fragilidade da namorada do seu melhor amigo, dando bebidas à garota, deixando-a inconsciente e cometendo o ato.

Ao longo da trama, Sol, agora adulta, demonstra ter trauma do seu passado e entra em desespero toda vez que Théo tenta se aproximar de sua vida. O conflito interno da personagem vem à tona quando Jenifer descobre não ser filha biológica de Carlão e começa uma busca pela verdade. A paternidade da jovem representa uma das feridas internas de Sol, que se culpa por não saber dizer à filha quem é seu verdadeiro pai: se ela é fruto de seu romance com Ben no passado, com quem se decepcionou, ou fruto do abuso de Théo.

⁴⁴ Disponível em:

<https://fpabramo.org.br/focusbrasil/2024/11/26/mulheres-negras-sao-maioria-das-vitimas-de-feminicidio-violencia-armada-e-sexual-no-brasil/>. Acesso em: 24 de jul de 2025.

Os conflitos que a protagonista de *Vai na Fé* vive na trama podem, então, representar boa parte da população de mulheres negras no Brasil, que se sentem vulneráveis diante da violência sexual, se culpam, mesmo não tendo culpa de nada, são julgadas por seus corpos livres - como era o caso de Sol, que por rebolar e gostar de dançar funk era julgada como “a fácil”, a “oferecida”, sendo hiperssexualizada pelos homens como Théo. No decorrer da trama, é revelado que Théo é o pai biológico de Jenifer, e Sol sofre em saber que foi vítima de um crime e que Jenifer é fruto de um abuso sexual. Em uma cena de desespero com Ben, ao descobrir o que Théo fez, Sol chora e denuncia a dor do estupro⁴⁵.

Théo é o grande vilão de *Vai Na Fé*: narcisista, manipulador, racista e abusivo, ele era obcecado por Sol, maltratava sua esposa Clara (Regiane Alves) e tinha uma relação péssima com o filho, Rafa (Caio Manhente). Ao conhecer Kate (Clara Moneke), o vilão começa a manipular e iludir a jovem, tornando-se amantes. Théo faz falsas promessas a Kate e aos poucos vemos a garota numa situação vulnerável ao vilão que tenta transformar a garota na própria Sol quando jovem, a partir dos cabelos, franja e roupas. Ingênua, porém rebelde, Kate acha que está tirando vantagem da relação com Théo, mas na verdade não deixa de ser mais uma jovem negra que é usada como objeto sexual extraconjugal de um homem casado rico e branco, reafirmando a ideia escravocrata do poder do senhor de engenho sobre uma mulher negra subalternizada, que não servia para casar, mas servia apenas para o prazer sexual - ideia essa que está enraizada até hoje na sociedade pelo racismo estrutural de gênero e que *Vai na Fé* denuncia.

⁴⁵ Cena disponível em:

<https://www.facebook.com/tvglobo/videos/sol-descobre-que-foi-abusada-por-theo-vai-na-f%C3%A9/1592755231387667/>. Acesso em: 24 de jul. 2025.

Figura 20 - Théo sendo agressivo com Kate em Vai Na Fé



Fonte: Jornal de Brasília

A virada de Kate para se libertar do relacionamento abusivo com Théo no decorrer da novela é a mudança de visual: a jovem negra se encontra no mundo e se entende como uma mulher bonita, abandona a ideia de ser uma cópia de Sol e adota tranças, reafirmando a estética negra dentro da novela. Estética essa que também é utilizada pela mãe da personagem, Bruna (Carla Cristina Cardoso), marcada pelos cabelos volumosos e com mechas loiras de Sol, trazendo empoderamento feminino e beleza negra para as telas da teledramaturgia brasileira, que durante anos negaram a estética *black* como sinônimo de cabelos bonitos.

Figura 21 - A estética black incorporada nas personagens



Fonte: Elaborada pelo autor (2025).

Estes são alguns dos vários posicionamentos raciais implicados na sinopse de *Vai Na Fé* que fizeram da obra de Rosane Svartman um marco representativo na pauta racial, já que o protagonismo negro se faz presente e os personagens negros são complexos e multifacetados. Este êxito pode ser entendido também graças à diversidade racial da equipe da novela, já que a naturalidade na construção dos personagens negros faz mais sentido se forem eles seus próprios escritores. Portanto, a inclusão de profissionais negros para a produção dessa novela das sete representou uma escolha acertiva da TV Globo, que lucrou com esse projeto.

5.11 TRILHA SONORA E QUESTÕES RACIAIS

Em relação à música, *Vai Na Fé* também traz diversidade na sua trilha sonora em combinações de músicas cristãs cantadas no coral da Igreja até músicas populares como funk, pop e rap para embalar os personagens da trama. Outro ponto interessante é que, assim como em seu elenco, os artistas que compõem a trilha sonora do folhetim são majoritariamente negros, dando voz a essas vozes e talentos negros que muita das vezes também não tinham espaço nas trilhas de novelas. Dentre esses artistas podemos destacar: Negra Li e MC Liro, na trilha de abertura, Kleber Lucas com a canção gospel *Deus Cuida de Mim*, MC Marcinho com os hits do funk melody *Garota Nota 100* e *Glamourosa*, além de Claudinho e Buchecha, Ludmilla, Drik Barbosa, Lourena, Tati Quebra Barraco, MC Cabelinho, o grupo Gilsons, TH41, MC Tha, Kiaz e Mahmundi na trilha nacional e ainda Arlo Parks e Aretha Franklin com seu hit *Hello Sunshine*, embalando as cenas de Sol, na trilha internacional. É quase unânime a quantidade de artistas negros na trilha de *Vai Na Fé*, algo nunca visto - e ouvido - antes em outras novelas.

Figura 22 - Artistas negros na trilha de *Vai na Fé*



Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Além da diversidade racial, a trilha de *Vai Na Fé* traz a essência da novela, numa mistura de ritmos, entre os louvores e ao funk melody trazendo nostalgia ao telespectador, tanto nas canções evangélicas atingindo quem foi criado e cresceu na igreja, quanto nos funks dos anos 90 e 2000, com músicas que fizeram sucesso na época dos bailes e rádios, adentrando a trama em todo o universo do passado de Sol e Ben nos flashbacks do “Baile do Nenei”, além de versões de músicas de sucesso da trilha como *Fico Assim Sem Você* e *Nosso Sonho* de Claudinho e Buchecha, *Glamurosa* de MC Marcinho nas vendas de quentinhas de Sol. O funk melody *Garota Nota 100* embala o romance dos protagonistas Sol e Ben e está presente em duas versões, na original cantada por Marcinho e uma versão de Ludmilla regravada especialmente para a novela.

A representatividade qualitativa se faz presente quando vemos um casal protagonista negro tendo como música tema um funk cantado por artistas também negros, trazendo além da representação racial, o ritmo funk como símbolo do gueto, da periferia, de onde essas pessoas negras vêm. A estratégia pode, ainda, desmarginalizar o funk como trilha de novela, que antes só servia como tema de núcleo cômico de favela com personagens “favelados” e “piriguetes”, fugindo dos estereótipos comuns ao trocar o MPB raiz por um funk melody na trilha do casal principal.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base na análise realizada, foi possível concluir que a telenovela é um objeto de estudo forte e relevante para entendermos a sociedade, como se nossas vivências fossem expostas e reproduzidas em tela, fazendo uma alusão ao estudo de Lopes (2003), que aponta a telenovela brasileira como uma narrativa da nação. Moldando nosso modo de pensar, de agir e de se vestir, ou seja, nos influenciando a todo momento.

Então se a telenovela faz parte de nós e fala sobre nós, ela nos representa. Mas será que todos se sentem representados? - foi essa a pergunta de fundo que me guiou no desenvolvimento deste TCC, com um recorte focado nas representações dos negros nas telenovelas, que é o grupo racial ao qual me encaixo como pesquisador. Fazendo um estudo aprofundado no histórico dessas representações nas telenovelas do Brasil, em especial da TV Globo que era o meu foco (pesquisei também outras emissoras, mas não entrou na versão final), vi que durante muito tempo, essas representações foram superficiais e pautadas em estereótipos e imagens de controle relegados à negritude.

Contrária a essas representações estereotipadas, chegamos ao conceito de representatividade (que não é sinônimo de representação), e entendemos que é ela a responsável por trazer personagens negros mais fêis as nossas verdadeiras vivências. Aprendemos que nem todo negro é necessariamente o empregado, o bandido ou o o pobre. Somos e podemos ser o que quisermos, mas durante anos fomos reduzidos a esses papéis na teledramaturgia.

Observando um aumento significativo de personagens negros nas telenovelas atuais da TV Globo, cheguei ao meu problema de pesquisa querendo entender o motivo dessa mudança repentina da emissora. Então, por meio da metodologia de Miranda (2020) busquei analisar a dimensão institucional da Globo durante a produção de *Vai Na Fé* (2023), novela que considere nesta pesquisa como um marco histórico no quesito de representações e representatividades.

Como resultado, entendi que a TV Globo só mudou sua postura institucional após ser notificada pelo Ministério Público do Trabalho em 2018 com a polêmica de *Segundo Sol*, que cobrava da emissora uma postura mais séria com as representações negras. Além disso, a adesão ao Pacto da Promoção da Equidade Racial, junto aos Relatórios ESG, causou impactos internos na empresa, abrindo caminhos não só para pessoas pretas, mas para outros grupos minorizados também.

O investimento em diversidade significava não só uma postura “boazinha” da Globo, e sim, uma estratégia de mercado que visava o lucro da empresa. Não é atoa que vimos neste trabalho que *Vai Na Fé* é atualmente o maior produto de faturamento da Globo como telenovela das 19h, superando *Cheias de Charme*, exibida em 2012, quase dez anos de diferença.

Esse sucesso se deve ao fato de *Vai Na Fé* ter sido uma produção “a cara da Globo” naquela época. Pesquisas de mercado, de audiência e estratégias de criação numa espécie de aliança entre a emissora e a autora Rosane Svartman, obtiveram bons resultados. Se a ideia da novela era fazer o público negro se reconhecer, digo que deu certo.

Eu como homem gay, negro e periférico me via nos personagens de *Vai Na Fé* que eram assim como eu. Ressalto aqui, que esse reconhecimento só foi possível graças à adesão de roteiristas negros na equipe de produção da novela, o que possibilitou fidelidade na construção da narrativa de vivências negras; quem escreve conhece, sente e tem poder de fala sobre as histórias contadas.

Atingindo seu público-alvo através do reconhecimento, a novela gera conexão emotiva com sua audiência, e isso, abre espaço para que produção vire uma fonte mercadológica para a Globo, possibilitando assim bons contratos de *merchandising* de produtos dentro da novela e consequentemente, lucro para a empresa.

Toda essa pesquisa, me levou a entender que vivemos em um grande mercado, onde tudo é negociado. A telenovela não é apenas um produto de entretenimento, ela é uma fonte de negociação entre a emissora, o público e o mercado em si. Todas as motivações são pautadas através do que vende e do que não vende, e depende diretamente do contexto cultural, social e também institucional da época em que ela está indo ao ar.

Esse trabalho também me trouxe outro olhar sobre as questões raciais. Estudar e entender os motivos da desigualdade social e do racismo na nossa sociedade, a partir de leitura de autores negros como Djamila Ribeiro, Sueli Carneiro e Silvio Almeida, me forneceu um letramento racial que eu precisava não só para a pesquisa, mas para minha vida, entendendo a minha existência como um homem negro em busca de espaço na sociedade, que já é racista estruturalmente.

Quebrando esse paradigma, me coloco aqui, como um negro que estuda, que trabalha, que ama e que possui vivências. Hoje estou aqui dissertando com outro olhar sobre um produto que sempre consumi (a telenovela) em um espaço historicamente me negado (a universidade pública de ensino). Não sou e nem quero ser um rótulo da sociedade, até porque

ser negro não é ser uma coisa só, podemos ser muitas coisas ao mesmo tempo e diferentes entre si.

Por fim, finalizo este trabalho com a sensação de dever cumprido, já que meu foco era entender a dinâmica entre a TV Globo e a narrativa racial de *Vai Na Fé*. Poderia estender essa pesquisa para diferentes âmbitos, já que falar de representação negra na telenovela abre caminhos para diversos assuntos. Uma novidade para as próximas pesquisas seria trazer essas representações para um universo além das novelas da Globo, explorando outras emissoras, já que há poucos estudos sobre. Inclusive, fiz essa pesquisa panorâmica e encontrei assuntos interessantes para serem tratados, mas optei por não incluir nessa versão final.

Quanto a *Vai Na Fé* como objeto de análise, esta obra traz uma gama de possibilidades de estudo sobre a diversidade da narrativa. Lembrando que me aprofundei apenas na dimensão institucional da metodologia de Miranda (2020), mas há outros caminhos de pesquisa através da dimensão da narrativa em si, como exemplo, a construção do arco narrativo do abuso sexual de Sol como uma mulher negra e evangélica. E também através da dimensão da recepção, como o estudo da cultura de fãs e da narrativa transmídia da novela.

REFERÊNCIAS

- Almeida, Silvio. (2019), **Racismo estrutural**. São Paulo, Pólen. Disponível em: <https://sites.ufpe.br/enegrecer/wp-content/uploads/sites/146/2023/01/ALMEIDA-Silvio-Racismo-estrutural-Livro-2019.pdf>. Acesso em: 22 de jan. 2025.
- Araújo, J. Z. **A NEGAÇÃO do Brasil** (Documentário). São Paulo, 2000, 1h 32min. Disponível em: https://youtu.be/p28P_L-aXb8 Acesso em: 17 fev. 2025.
- Assis, Valdirene Silva de et al. NOTIFICAÇÃO RECOMENDATÓRIA/DIP/PRT1ª/Nº 163.181/2018 - **MINISTÉRIO PÚBLICO DO TRABALHO PROCURADORIA REGIONAL DO TRABALHO DA 1ª REGIÃO**. Rio de Janeiro, 11 de maio de 2018. Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2018/05/236495d5ee0c32c419e811f8bae6dc15.pdf>. Acesso em: 5 jul. 2025.
- Balbino, J. O protagonismo da mulher negra na teledramaturgia brasileira no final do século XX: Uma análise da telenovela “Xica da Silva”. In: Simpósio Nacional de História, XXIX, 2017, Brasília - DF. **Contra os preconceitos: história e democracia**. Brasília: Associação nacional de história, 2017. Disponível em: https://anpuh.org.br/uploads/anais-simposios/pdf/2019-01/1548953099_d6713cfaa778a89b52af36dfe34a5528.pdf. Acesso em: 18 fev. 2025.
- Campos, Cristiane. **A gente se vê mesmo por aqui?:** Representação de mulheres negras e estratégias de desvalorização de atos racistas na TV Globo. 2022. 165 f. Monografia ((Curso de Comunicação Social) - Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/29323>. Acesso em: 19 de fev. 2025.
- Carneiro, Sueli. (2023), **Dispositivo de racialidade:** a construção do outro como não ser como fundamento do ser. Rio de Janeiro, Zahar. Disponível em: <https://revistas.usp.br/ts/article/view/224100#:~:text=Carneiro%2C%20Sueli,Foucault%2C%20Michel>. Acesso em: 22 de jan. 2025.
- Costa, T. et al: Protagonismo negro na telenovela brasileira: uma revisão da década de 1960. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 46,2023, Belo Horizonte, Minas Gerais: **Estudos de Televisão e Televisualidades**, PUCMinas. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação,2023. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/tiago-de-jesus-santos-costa.pdf. Acesso em: 18 fev. 2025.
- Domingos, Rayane. Negritude protagonista: novelas brasileiras e o árduo caminho pela representatividade. **TAG Revista**, 2023. Disponível em: <https://www.tagrevista.com/post/negritude-protagonista-novelas-brasileiras-e-o-%C3%A1-rduo-caminho-pela-representatividade>. Acesso em: 25 fev. 2025.
- Domingues, Renata. Vai na Fé: Rosane Svartman aposta em personagens ‘gente como a gente’ para conquistar o público. Rio de Janeiro: **Gshow**, 13 jan. 2023. Atualizado em 13 jan. 2023. Disponível em:

<https://gshow.globo.com/novelas/vai-na-fe/noticia/vai-na-fe-rosane-svartman-aposta-em-personagens-gente-como-a-gente-para-conquistar-o-publico.ghtml>. Acesso em: 14 de jul. 2025.

D' Almeida, José. O esteriótipo do negro na telenovela Avenida Brasil. **Revista ABPN**, v. 7, n.16,p.236-255,mar-jun 2015. Disponível em:
<https://abpnrevista.org.br/site/article/view/106/103>. Acesso em: 19 fev. 2025.

Ferraz, Gabriel. Fernanda Lima perde espaço e Taís Araújo é nova apresentadora do Popstar. **Notícias da TV**, São Paulo, 24 maio 2018. Disponível em:
<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/fernanda-lima-perde-espaco-e-tais-araujo-e-nova-apresentadora-do-popstar-20521>. Acesso em: 9 ago. 2025.

Ferreira, Raquel et al. **A força do hábito**: um estudo sobre a tradição temática das telenovelas da Rede Globo por faixa horária. Sergipe, 2012. Online. Disponível em:
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-82852013000100009. Acesso em: 27 fev. 2025.

Finguermann, Sofia. *et al.*. “VAE, DÁ PRA FAZER!”: Empreendedorismo e Discurso Neoliberal. **Revista Comunicando**, [S. l.], v. 12, n. 1, p. e023008, 2023. DOI: 10.58050/comunicando.v12i1.311. Disponível em:
<https://revistacomunicando.sopcom.pt/index.php/comunicando/article/view/311>. Acesso em: 9 de ago. 2025.

Garcia, Vagner. **Racismo nos meios de comunicação**: um estudo sobre a representação negra nas telenovelas brasileiras.2023.119 folhas. Pós-graduação em Ciências Sociais (Mestrado) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Rio Grande do Sul,2023. Disponível em:
https://repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/12909/Vagner%20Garcia_PROTEGIDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 17 fev. 2025.

Giorgi, M. et al. A não representação do negro nas telenovelas brasileiras: O caso “GABRIELA” . **Educere et Educare**, São Paulo, Vol.10, Número 20 , p. 573 - 583, jul./dez. 2015. Disponível em:
https://d1wqtxst1xzle7.cloudfront.net/85278955/9012-libre.pdf?1651411495=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DA_Nao_Representacao_Do_Negro_Nas_Telenov.pdf&Expires=1739890118&Signature=d4IF5aaL3nWWYJ~Qbqs2PiQvLCC8NkGoKCHsbW70lco3End6K8XbPJCjtqylOR-Msv2qvpRyfQklbUE3ngtLm54VhHMBJXF~duKPSHMu1i~dobCQloflUDwzQRRy98CbnN39jZ4mmL4EMDS5OFWoQld8QvLYskIPSmZi0MAGS9NS0wAaZHY31BHUSD-cep7ZRDcYuvAzPdJ~972dAVCqfB3kntrFd6kQ1bOgkDx7wYc-nbrZ5ZhTBww876E5WpgxvvhYU2pYCQZD9OTBCvJJsvtfFr-lZd7xxFLCzSLqaltx4RQpVkwzbz-3lHz1dpCQamdBZ52LFMdmUbjBlm2g__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4Z. Acesso em: 18 fev. 2025.

Grijó, W. P.; Sousa, A. H. F. **O negro na telenovela brasileira**: a atualidade das representações. Disponível em: < <https://www.ec.ubi.pt/ec/11/pdf/EC11-2012Mai-09.pdf>>. Acesso em: 17 fev. 2025.

Idis. Brasil tem novo projeto nacional para promover a equidade racial. [S.l.]: **IDIS**, 8 jul. 2021. Disponível em:
<https://www.idis.org.br/brasil-tem-novo-projeto-nacional-para-promover-a-equidade-racial/>. Acesso em: 27 jul. 2025.

Leão, Karolaine. “**A criança negra na mídia**”: Uma análise sobre a representação da criança negra na telenovela. 2020. 95 f. Dissertação (Curso de Jornalismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, RS, 2020. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/229746/001131262.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 18 fev. 2025.

Lemos, Carla. A novela "Mulheres de Areia" foi escrita por uma autora negra. Você sabia?. **Universa Uol**, 2021. Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/colunas/carla-lemos/2021/05/20/autora-negra-novela-ivani-ribeiro.htm#:~:text=Pois%20%C3%A9%20Ivani%20Ribeiro%20que,nacional%20era%20uma%20mulher%20negra>. Acesso em: 25 fev. 2025.

Lemos, L. P.; Rocha, L. L. F. . Ficção televisiva brasileira e covid-19: reconfigurações e estratégias de programação. **Lumina**, [S. l.], v. 16, n. 1, p. 45–60, 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/33616>. Acesso em: 25 de fev. 2025.

Lopes, Maria Immacolata Vassallo de. Telenovela brasileira: uma narrativa sobre a nação. **Comunicação & Educação**, São Paulo, Brasil, n. 26, p. 17–34, 2003. Disponível em: <https://revistas.usp.br/comueduc/article/view/37469>. Acesso em: 12 mar. 2025.

Lopes, Maria Immacolata Vassallo de. Telenovela como recurso comunicativo. **MATRIZES**, São Paulo, Brasil, v. 3, n. 1, p. 21–47, 2011. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38239>. Acesso em: 12 mar. 2025.

Miranda, Amanda. Uma proposta para análise de objetos audiovisuais. In: Rosana, Soares; Gomes, Mayra (org). **Narrativas midiáticas**. São Paulo, 2020, p. 282-303. Disponível em: https://midiato.wordpress.com/wp-content/uploads/2020/12/e-booknarrativasmidiace81ticas_midiato2020_reduzido.pdf#page=282 . Acesso em: 27 de fev. 2025.

Moreira, Adilson. Racismo Recreativo. In: Ribeiro, Djamila. **Femininos Plurais**, São Paulo: Pólen Livros, 2019. p- 66-73. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/1154/o/Racismo_Recreativo_%28%28Feminismos_Plurais%29_-_Adilson_Moreira.pdf?1599239721. Acesso em: 25 fev. 2025.

Mulheres de Areia: saiba mais sobre Ivani Ribeiro. **Gshow**, 2023. Disponível em: <https://gshow.globo.com/novelas/mundo-de-novela/noticia/mulheres-de-areia-saiba-mais-so-bre-ivani-ribeiro.ghtml>>. Acesso em 25 fev. 2025.

Nascimento, E. Representações dos homens negros nas telenovelas brasileiras: Uma análise entre raça, masculinidade e mídia. In: **Simpósio Internacional Fazendo Gênero 11 e 13º Mundo das Mulheres**, 2017, Florianópolis - SC. Disponível em: https://www.en.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1499482092_ARQUIVO_Em_anueleCristina_FazendoGenero.pdf. Acesso em: 19 fev. 2025.

Néia, Lucas. **Como a ficção televisiva moldou um país**: uma história cultural da telenovela brasileira. 2021, 316 f. Tese (Doutor em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, SP, 2021. Disponível em:

Tv Globo. Plano Comercial Novela Ii 2024 – *Upfront*. [S. L.], 2024. Disponível Em: https://S3.Glbimg.Com/V1/Auth_30f886c761034fe888c2ebb5d9703be4/Prod/Upfront/2024/Produtos/Atualizadas/Plano%20comercial%20novela%20II%202024%20-%20upfront.Pdf. Acesso Em: 9 Ago. 2025.

Veja Gente. Exclusivo: Tudo sobre a secreta investigação de racismo dentro da Globo. **Veja**, São Paulo, 4 maio 2021. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/veja-gente/exclusivo-tudo-sobre-a-secreta-investigacao-de-racismo-dentro-da-globo/>. Acesso em: 9 ago. 2025.

Xavier, Raísa. A solidão da mulher negra e os reflexos na dignidade da pessoa humana. **Revista Eletrônica OAB**, Rio de Janeiro, 2021. Edição Especial “O Direito e as Mulheres Negras”. Disponível em: <https://revistaelectronica.oabRJ.org.br/wp-content/uploads/2021/05/Solid%C3%A3o-da-mulher-negra-e-os-reflexos-na-dignidade-da-pessoa-humana-convertido.pdf>. Acesso em: 25 fev. 2025.