



## **QUEM NÃO É VISTO, NÃO É LEMBRADO: A IMPORTÂNCIA DA REPRESENTAÇÃO PRETA PARA AS CRIANÇAS NEGRAS**

Gabriel Rodrigues de Andrade, discente de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja e bolsista do Programa de Ensino Tutorial – PET História da África

Letícia Aparecida da Cruz Silva, discente de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja e bolsista do Programa de Ensino Tutorial – PET História da África

Edson Romario Monteiro Paniagua, docente, Universidade Federal do Pampa campus São Borja. Tutor do Programa de Ensino Tutorial – PET História da África

[gabrielrda2.aluno@unipampa.edu.br](mailto:gabrielrda2.aluno@unipampa.edu.br)

O presente trabalho analisa a interface da Netflix e observa como o negro é representado nas mídias e como isso afeta a infância da criança preta. Portanto, temos como objetivo discutir os impactos que a falta de representação em diferentes meios de comunicação pode interferir na construção identitária de crianças e jovens negros. Para atingirmos este objetivo empregaremos como metodologia de investigação a Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011) e a Pesquisa Exploratória (GIL, 2008) com a finalidade de acompanhar e questionar o objeto de pesquisa. Partiremos da hipótese de que “existem poucos conteúdos na Netflix com pessoas pretas em destaque na capa, e isso afeta a experiência das crianças negras”. Pretendemos então refutar ou comprovar esta afirmação com a análise e discussão dos dados obtidos. Criada em 1997, inicialmente a Netflix surgiu como uma locadora que trabalhava com o serviço de entregas de DVDs pelos correios, a expansão do serviço de filmes para o formato atual iniciou-se em 2007. Atualmente o serviço de *streaming* está presente em 190 países ao redor do mundo, sendo a plataforma mais contratada mundialmente, com mais de 208 milhões de assinantes globais. Para esse estudo criamos um perfil infantil e analisamos a aba “Só na Netflix” do serviço, onde são encontrados todas as produções originais da plataforma, portanto, delimitamos a pesquisa aos lançamentos do ano de 2021. Com isso, constatamos que durante o período definido foram disponibilizados 55 produtos audiovisuais voltados ao público infantil do serviço, porém, apenas cinco das obras estudadas tinham pessoas pretas ocupando espaço de destaque nas capas. Esses dados confirmam parte da proposição citada anteriormente. De acordo com Stuart Hall (2006), a identidade do sujeito pós-moderno se dá através das maneiras pelas quais as representações são realizadas nos sistemas culturais que nos cercam. A identidade então passou a ser parte dos processos históricos e culturais de cada indivíduo, e esse desenvolvimento tem início nos primeiros anos de vida. As primeiras experiências de crianças negras com o racismo acontecem ainda na infância, no entanto, de acordo com a pesquisa de Batista (2017) os agentes parentais quando não sabem lidar com esses acontecimentos acabam por recorrer a dispositivos midiáticos para orientar as crianças na interpretação das expressões positivas e negativas. O racismo afeta a autoestima e desenvolvimento de crianças e jovens, por isso que evidenciar práticas as quais pessoas negras estão submetidas durante a construção de sua identidade, assim como pontuar situações que ocorrem de forma não tão evidente, e que reproduzem padrões sociais que tendem a serem vistos como os únicos na sociedade também é de extrema importância. A



estratégia contraintuitiva e contraestereotípica é um meio para alterar como o preto é representado na mídia, pois ele é retirado da caracterização marginalizada e retratado como protagonista, posição que é regularmente ocupada por indivíduos de pele branca (LEITE, 2019). Nessa circunstância, acredita-se que o estímulo contraintuitivo presente em histórias e elementos midiáticos, como por exemplo os serviços de *streamings*, são capazes de reproduzir estratégias vantajosas e mnemônicas, ou seja, causando novas memórias nos indivíduos em relação a diferentes tipos de conteúdos, estimulando assim o desenvolvimento identitário da criança ao se enxergar em diferentes espaços e gerando uma identificação automática com aquilo que está sendo apresentado. Portanto, comprovamos a hipótese estabelecida neste trabalho, ao evidenciarmos que existem poucos conteúdos na Netflix com pessoas pretas na capa e que isso afeta diretamente a identidade do público infantojuvenil, logo buscamos estudar pontos não tão evidentes do racismo e romper com a ideia de que devemos seguir padrões pré estabelecidos socialmente, com o intuito principal de encorajar e empoderar crianças e jovens negros a se sentirem representadas.

**Agradecimentos:** Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação - FNDE, UNIPAMPA.

**Palavras-chave:** Netflix; Infância; Negro; Identidade.