



A REPRESENTAÇÃO DOS NEGROS EM ANÚNCIOS

NAYARA RODRIGUES BERNARDES; LUCIANA FERREIRA SERENINI;
MONIQUE SOARES FERREIRA DOS SANTOS; MONIQUE SOARES
FERREIRA DOS SANTOS; MÁRCIO LUIZ RIBEIRO COTA; MIKAELLEM
ROSA SILVA

nayaragynrb@hotmail.com

Objetivo: Demonstrar por meio de pesquisas como as problemáticas do preconceito na sociedade transpassam esse meio, interferindo e influenciando também na publicidade, discorrer sobre o histórico do negro na publicidade desde seus primórdios e utilizar como objeto de estudo os anúncios da revista Veja. **Método:** Baseado no método de pesquisa de Martins (“Negro, publicidade e o ideal de branqueamento da sociedade brasileira”, 2009) e tendo como objeto de estudo a revista “Veja”, fizemos uma análise empírica de anúncios de variados setores, do ano de 2006 a 2014. Utilizando-se ao todo de 60 exemplares. Em nossa pesquisa foram analisados 36 exemplares sendo 4 por ano, desde o ano 2006 até o final do ano de 2014. A busca se especificou entre: casais negros e brancos, crianças negras e brancas, famílias negras e brancas, artistas negros e brancos, negro e branco em trabalhos braçais e intelectuais. Por fim discorreremos sobre essas diferenças e sobre como afetam a sociedade bem como a publicidade. **Resultados:** Encontramos 631 anúncios com presença de figura humana dos quais 114 continham representações de negros, equivalendo a 18% do total. Nos anúncios com figura humana, somam-se 1.236 pessoas, das quais apenas 181 são negras. Analisamos e listamos, também, a presença de famílias, casais e crianças nos anúncios. O resultado foi de uma maioria branca em todas as áreas. De todos os anúncios analisados, algumas empresas se destacaram. O Governo Federal foi o maior anunciante, seguido pelo Banco do Brasil, este último liderando então os anunciantes privados. O Governo mostrou-se bem equilibrado em seus anúncios, apresentando negros na maioria de suas campanhas. **Conclusão:** Por meio de nossa pesquisa foi mostrado e comprovado a diferença com que o negro é mostrado na publicidade e o pouco espaço ocupado por ele. Ao dividir as categorias em que a imagem dos negros é utilizada, constatamos que em grande parte das vezes são mostrados apenas relacionados a trabalhos braçais e esportes, valorizando apenas o físico. Poucas vezes são representados com valorização do intelecto. Cabe a nós, publicitários, buscarmos uma melhor forma de representação dos negros nos anúncios.

Palavras-chave: Negros. Publicidade. Sociedade