



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste - Fortaleza/CE - 26 a 28/06/2025

Negros Evangélicos na Rede Globo: Por que Agora?¹

Ana Beatriz Meneses Silva²

Antonino Condorelli³

Universidade federal do Rio grande do Norte

RESUMO:

Este trabalho tem como objetivo compreender a emergência da representatividade negra evangélica na teledramaturgia da Rede Globo, com foco na personagem Sol, protagonista da novela *Vai na Fé* (2023). A pesquisa adota a metodologia qualitativa da criação de rizomas estabelecendo dois principais caminhos de investigação: (a) protagonismo evangélico na Globo e (b) construção da persona Sol, conectando elementos simbólicos, identitários e mercadológicos que contribuíram para essa visibilidade, como: o crescimento da população evangélica, seu peso eleitoral, sua associação com a população negra no Brasil e sua relevância cultural (Globo Gente, 2021). O referencial teórico apoia-se em Marco Davi (2008), Sueli Carneiro (2003), Lélia Gonzalez (1984) e Juliano Spyer (2020).

Palavras-chave: Evangélicos; Negritude; Globo; Novela; Representatividade.

INTRODUÇÃO

De acordo com Gonzalez (1988), a mídia atua como um dos principais instrumentos de manutenção do racismo estrutural no Brasil, promovendo o que ela denomina “racismo por denegação”: a negação da presença negra como sujeito histórico, ativo na construção do país. A televisão, em especial, contribuiu para consolidar estereótipos e silenciar vozes negras, restringindo suas aparições a papéis estigmatizados ou secundários. Frente a isso, parte da luta contra o racismo é ressignificação de tais representações, reconhecendo a pluralidade da identidade negra (Carneiro, 2003).

A Rede Globo, maior emissora de televisão do país, ocupa há décadas uma posição central no ecossistema midiático brasileiro, sendo considerada uma mídia hegemônica por sua capacidade de moldar opiniões, comportamentos e discursos culturais (Porto, 2012). Historicamente, como mostra o documentário *A Negação do Brasil* (2000), de Joel Zito Araújo, a emissora reforçou estereótipos sobre negras e negros, limitando suas representações a papéis subordinados e contribuindo para sua exclusão simbólica na sociedade. Essa lógica, articulada a interesses políticos e econômicos, favorecia a manutenção de padrões tidos como naturais e aceitáveis. No entanto, nas últimas décadas, esse cenário vem mudando, com o surgimento de personagens negras mais diversas e complexas, refletindo pressões sociais e novas disputas por representatividade na mídia.

Para Adichie (2019), representatividade está ligada à autenticidade e à valorização de

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho comunicação e religiões, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.

² Estudante de graduação do 8º semestre do curso de Comunicação Social – Audiovisual da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), email: cadebial@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Departamento de Comunicação Social da da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), email: antonino.condorelli@ufrn.br

múltiplas vivências e narrativas — inclusive aquelas que rompem com estereótipos “populares” que delimitam onde a população negra pode ou não estar. Representar o negro brasileiro, portanto, exige abertura à complexa diversidade que constitui essas pessoas e aos diferentes contextos em que se inserem. Um desses espaços, frequentemente invisibilizado, é a igreja evangélica.

Desde a década de 1970, observa-se um crescimento significativo das igrejas evangélicas no Brasil. Parte desse avanço — especialmente da vertente pentecostal — ocorreu entre as camadas mais pobres da população, em grande parte compostas por pessoas negras (Oliveira, 2018). Atualmente, segundo dados do Datafolha (2020), mais de 60% dos evangélicos brasileiros são negros, o que corresponde a cerca de 37,8 milhões de pessoas negras e evangélicas no país.

Apesar da expressiva presença de pessoas negras nas igrejas evangélicas e de suas contribuições fundamentais para a liturgia, música, dança e teologia, as suas influências permanecem historicamente invisibilizadas, tanto entre os fiéis quanto nas instituições religiosas e imaginário social (Oliveira, 2018). Ademais, podemos pensar que o fato de o crescimento evangélico ocorrer majoritariamente nas periferias contribuiu para o estigma da própria religião, frequentemente associada à ignorância, fanatismo e intolerância. Spyer (2020) ressalta essa invisibilidade simbólica, evidenciando como a parte da elite brasileira (incluindo a intelectual) negligenciou a relevância cultural dos evangélicos, relegando suas manifestações à marginalidade, apesar de sua centralidade nas culturas periféricas. Assim, o negro evangélico enfrenta dupla marginalização: na esfera religiosa e no campo social.

Um exemplo significativo dessa marginalização simbólica pode ser observado nas telenovelas da TV Globo, que historicamente retrataram evangélicos de forma estereotipada e negativa, reforçando imagens de fanatismo, rigidez moral (Chequer, 2014). Entretanto, à medida que os evangélicos — majoritariamente negros e periféricos — se consolidam como um dos maiores grupos populacionais e consumidores do país, a mídia hegemônica passa a responder também a essa força de mercado. A valorização simbólica de sujeitos antes marginalizados se entrelaça, com interesses econômicos e políticos, reposicionando esses grupos no centro das disputas por visibilidade e audiência (Globo Gente, 2021).

Nesse contexto, o surgimento da personagem Sol na novela *Vai na Fé* (2023) marca um divisor de águas na teledramaturgia da emissora. Pela primeira vez, uma protagonista evangélica e negra é retratada na emissora e, além disso, de forma livre de estigmas negativos. A personagem - embora inserida em uma realidade socialmente reconhecível pelos dados - expressa surpresa diante da guinada editorial da própria emissora, sinalizando uma

nova valorização simbólica de sujeitos historicamente excluídos das narrativas centrais.

Diante desse cenário, este estudo se orienta por duas perguntas principais: **como a personagem Sol representa uma mudança na visão e na representação dos evangélicos na TV Globo? E como essa nova abordagem se relaciona com a identidade negra no Brasil?** A partir da personagem Sol, busca-se compreender como a figura do evangélico passou a ser representada de forma mais complexa, humana e racializada.

METODOLOGIA

Nesta etapa, o percurso metodológico concentrou-se em três núcleos de análise, definidos por critérios de relevância temática, potencial de ruptura simbólica e relação direta com o objeto de estudo:

1. Revisão bibliográfica da análise histórica dos personagens evangélicos Chequer (2014), identificando a recorrência de estereótipos e padrões
2. Análise da novela *Vai na Fé* (2023), com foco na construção inédita da protagonista negra e evangélica, articulando dados, conceitos e contextos de produção.
3. Estabelecimento de dois rizomas¹ principais: (a) *protagonismo evangélico na Globo* e (b) *construção da persona Sol*, conectando elementos simbólicos, identitários e mercadológicos.

Considerando o escopo resumido deste trabalho, apresentamos aqui uma discussão preliminar desses pontos. A próxima etapa incluirá o aprofundamento da análise da novela *Vai na Fé*, a expansão dos rizomas e a investigação de possíveis relações entre essa reconfiguração editorial e o contexto político pós-eleições de 2018. Também serão incluídas reportagens jornalísticas, artigos científicos e outros materiais que contribuam para compreender os fatores políticos, sociais e mercadológicos implicados nessa mudança. Esses elementos serão incorporados ao mapeamento que pretendemos traçar dos múltiplos fatores que contribuem para a nova visibilidade negra evangélica na emissora, permitindo evidenciar permanências, rupturas e disputas simbólicas na construção midiática da identidade negra evangélica.

ANÁLISE:

Construção da persona Sol

¹ **Rizoma:** Metodologia teórica proposta por Deleuze e Guattari que representa sistemas de pensamento e organização descentralizados, múltiplos e não lineares, com pontos de encontro e nós de conexão — semelhante às raízes subterrâneas de certas plantas. O rizoma propõe uma lógica de organização fluida, ramificada e aberta a múltiplas conexões.

A novela *Vai na Fé* (2023), exibida no horário das 19h e criada por Rosane Svartman, apresenta Sol (Sheron Menezes), ex-dançarina de funk que, após se converter, torna-se evangélica e autônoma para sustentar sua família. Ela enfrenta desafios ligados à fé, vida na periferia, preconceito religioso e racial, maternidade e reconstrução da carreira artística. Essa representação rompe com visões unidimensionais, que reduziam evangélicos a caricaturas (Chequer, 2014).

Sol articula múltiplas identidades: mulher negra, mãe solo, artista periférica e religiosa. Sua trajetória desafia estereótipos, como aponta Miyashiro (2024), mostrando uma identidade multifacetada em negociação constante, especialmente entre fé e mercado musical. Isso dialoga com a pesquisa Globo Gente (2021), que revelou o desejo do público por representações complexas do universo evangélico.

A personagem reflete dados sociais: predomínio feminino, forte presença das classes C e D (Globo Gente, 2021), e maioria negra (Datafolha, 2020). Sua conversão na juventude e faixa etária atual também se alinham à pesquisa, que indicam idade média de conversão aos 20 e poucos anos e 40% dos evangélicos com mais de 45 anos.

A constituição da persona de Sol também articula dados diversos que extrapolam o vínculo religioso, evidenciando aspectos da identidade negra em outras dimensões. Desde o primeiro episódio, por exemplo, a personagem aparece parodiando funks antigos dos anos 1990 como estratégia criativa para divulgar a venda de suas quentinhas. Essa escolha musical remete à relação histórica de criação, pertencimento e difusão do gênero funk nas periferias brasileiras, especialmente entre a população negra. Além disso, a trilha sonora associada à personagem transita entre músicas do universo gospel e canções seculares com forte simbolismo para os movimentos negros, como é o caso de “Hello Sunshine”, da cantora afro-americana Aretha Franklin (*Vai na Fé*, 2023).

Assim, a novela não só cria uma narrativa envolvente, mas também exemplifica o mapeamento mercadológico da fé como dado estratégico e persona televisiva. Kotler e Keller (2012) definem a “persona” como representação semi-fictícia do cliente ideal, construída com base em dados reais, conectando marcas e narrativas a públicos específicos.

Protagonismo evangélico na Globo

O interesse recente da Globo por esse público é evidenciado por pesquisa iniciada em 2019 e divulgada em 2021, com mais de 2.060 entrevistas, que traça perfil detalhado do público evangélico em termos demográficos, crenças e motivações, classificando seu

crescimento como transformação social crucial (Globo Gente, 2021). A pesquisa indica reposicionamento editorial da emissora, contrastando com retratos estereotipados e preconceituosos do passado.

Ao colocar uma protagonista negra e evangélica, mais próxima da realidade, a Globo não apenas representa a fé, mas revela um reposicionamento estratégico diante da concorrência. Segundo Chequer (2014), a rivalidade com a Record — ligada à Igreja Universal desde 1990 — influenciava retratos caricatos de evangélicos, muitas vezes em confronto direto com personagens católicos, simbolizando disputas religiosas e midiáticas. Em vez de marginalizar o grupo, a Globo adota uma estratégia de aproximação com o público evangélico e com a concorrência, reconhecendo seu crescimento e importância futura.

Sol, protagonista de *Vai na Fé*, encarna essa virada: mulher negra, evangélica e periférica que protagoniza conflitos sociais, afetivos e espirituais reais, conectando-se com milhões de brasileiros. A novela alcançou grande repercussão, registrando média de 25 pontos no Ibope e mais de 37 milhões de telespectadores diários, consolidando-se como sucesso na faixa das 19h (TV Globo, 2023).

Essa representação rompe com o histórico de personagens despersonalizados e estereotipados, evidenciando um novo movimento da emissora, mais inclusivo e atento ao valor político, social e mercadológico desse público.

CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES :

Apesar de inicial, a análise já identifica um deslocamento nos estereótipos historicamente associados ao evangélico — especialmente ao evangélico negro —, culminando na telenovela *Vai na Fé* (2023). Com a personagem Sol, a emissora representa, com maior complexidade, a “persona” do evangélico brasileiro, sinalizando uma tentativa de reconstrução no relacionamento com esse público e evidenciando como a representatividade negra e evangélica evolui influenciada por interesses de mercado. Um marco nesse processo foi a pesquisa realizada pela própria emissora em 2019, com foco no público evangélico.

Embora relevante para o mercado, essa pesquisa não foi encomendada nesse ano casualmente, mostrando-se tardia, já que os dados quantitativos da população evangélica estavam disponíveis desde o censo de 2010. Isso levanta a questão: por que a emissora escolheu esse momento para repensar suas narrativas? A investigação sobre a possível influência do cenário político pós-eleição de 2018 está em andamento e será aprofundada em estudos futuros, assim como o exame das características da identidade negra incorporadas na personagem Sol. Esta pesquisa não pretende esgotar a análise da personagem ou da

representatividade negra evangélica no Brasil, mas contribuir para mapear os fatores que levam ao protagonismo da representatividade negra evangélica na mídia, uma identidade historicamente marginalizada, refletindo suas motivações sobre seus avanços, limites e contradições. Ressaltando a urgência da discussão e verificação de como essa representatividade chega até o evangélico negro, sua veracidade e se ele se limita em um conglomerado de dados.

REFERÊNCIAS:

ADICHIE, Chimamanda Ngozi. *O perigo de uma história única*. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

VAI NA FÉ. Direção: Paulo Silvestrini. Rio de Janeiro: TV Globo, 2023. Exibição original: jan.–ago. 2023. Disponível em: Globoplay. Acesso em: 01 maio 2025.

AGUIAR, L. M. A cartografia de Deleuze e Guattari como método de pesquisa. *Intercom*, 2010.

CARNEIRO, Sueli. *Racismo, sexismo e desigualdade no Brasil*. SP: Selo Negro, 2011.

GONZALEZ, Lélia. Racismo e sexismo na cultura brasileira. In: LIMA, M. (org.). *Ciências sociais hoje*. São Paulo: ANPOCS, 1984. p. 223–244.

DATAFOLHA. *Pesquisa sobre religião no Brasil*. São Paulo, 2020.

GLOBO GENTE. Diversidade cristã. Disponível em: <https://gente.globo.com/pesquisa-infografico-diversidade-crista/>. Acesso em: 04 maio 2025.

OLIVEIRA, Marco Davi de. *A religião mais negra do Brasil: a fé evangélica no Brasil e o protagonismo negro*. São Paulo: Editora Ultimato, 2018.

PORTO, Mauro. *Mídia e política no Brasil: padrões de relacionamento e estratégias de reforma*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2012.

SPYER, Juliano. *Povo de Deus: quem são os evangélicos e por que eles importam*. São Paulo: Geração Editorial, 2020.

TERRA. Crescimento dos evangélicos no Brasil, segundo IBGE. *Terra*, 2024.

MIYASHIRO, Kelly. *Vai na Fé e o sucesso da novela evangélica*. Veja, 6 jun. 2023. Disponível em: veja.abril.com.br. Acesso em: 1 maio 2025.

KOTLER, Philip; **KELLER**, Kevin Lane. *Adm. de Marketing*. 14. ed. SP: Pearson, 2012.

ROCHA, Thomaz. *Globo corrige erro ao dar destaque a evangélicos em novela*. NaTelinha, 22 dez. 2022. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/novelas/2022/12/22/globo-corrige-erro-ao-dar-destaque-a-evangelicos-em-novela-191600.php>. Acesso em 01 de maio 2025.