

**IX Encontro Nacional de Estudos do Consumo**  
**21 a 23/11/2018, ESPM, Rio de Janeiro, RJ**  
**Grupo de Trabalho: Consumo, inclusão social e novas configurações**  
**subjetivas**

**Consumo e Identidade Étnica: o Caso do Filme Pantera Negra**

Letícia Moreira Casotti  
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)  
Leonardo da Silva Vidal  
Universidade Federal Fluminense (UFF)  
Ana Raquel Coelho Rocha  
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

**Palavras-chave:** Consumo. Representações. Negros. Cinema.

**Introdução**

O consumo é um processo social caracterizado como uma atividade básica do ser humano (BARBOSA, 2004). Objetos, bens e serviços são utilizados para afirmação de status, mediação de relações sociais, produção de sentido, mecanismo de autoconhecimento e também construção da identidade (BARBOSA; CAMPBELL, 2006). Atividades de entretenimento geram sensações e são capazes de influenciar no autoconhecimento e na formação de identidade, além de serem utilizadas pelas empresas como forma de comunicação (COELHO; CASTANHEIRA. 2011).

O lazer relacionado ao cinema é visto como um modo de consumo (SANTOS, 2004). Para Bauman (2009, p. 36), “a lógica do consumismo serve às necessidades dos homens e mulheres em luta para construir, preservar e renovar a individualidade” sendo o lazer a “expressão da identidade social do ser humano” (SANTOS, 2004, p. 5). Filmes podem ser usados como material de pesquisa, pois trazem a possibilidade de cobrir temas complexos e nos levar a refletir com alguma profundidade sobre questões de marketing, comportamento do consumidor e a problematizar padrões e comportamentos humanos (BELK, 2002). Alguns estudos dentro da cultura de consumo e de macromarketing têm usado filmes como meios para a elaboração de atividades de ensino e pesquisa (BELK 2002, 2011; MCDONAGH; BRERETON, 2010).

Neste trabalho, parte-se da afirmação de Lopes (2014, p.11) de que “não há surpresas sobre qual é a representação hegemônica da figura do herói: sexo

masculino, jovem, branco e heterossexual”. Ao contrário do que sugere o autor, foi a surpresa trazida pelo filme *Pantera Negra*, veiculado no ano de 2018, que inspirou este estudo. Essa produção cinematográfica traz uma representação não hegemônica ao conferir protagonismo a um super-herói negro, apresentar atores negros compondo o elenco em sua totalidade e dispor de produção predominantemente negra, pela primeira vez. Além disso, soma-se aos movimentos recentes que buscam maior valorização da representação da população negra em diferentes mídias.

## **1 Lazer e Consumo Cinematográfico**

Desde a década de 1950, a indústria do cinema, da música e da propaganda tem sido muito importante para desenvolver e disseminar mitologias em relação a estilos de vida, classe sócio econômica, identidade de gênero, de etnia, dentre outras categorias culturais (ASKERGAARD, 2010). O campo de investigação do lazer “tem sido abordado primariamente como parte da cultura contemporânea do consumo” (TASCHNER, 2000, p. 39), mas posicionado de forma separada em relação às diversas mídias.

Para Dumazedier (1962), citado por Santos (2008, p. 145), o lazer configura-se como:

conjunto de ocupações a que o indivíduo se pode entregar de livre vontade, quer seja para repousar, quer seja para se divertir, se recrear e se entreter; quer para aumentar a sua informação ou formação desinteressada, a sua participação social e voluntária, uma vez liberto das suas obrigações profissionais, familiares e sociais.

Importante ressaltar que há duas grandes correntes sobre o conceito de lazer: aqueles que consideram o lazer como um estilo de vida e aqueles que consideram lazer no tempo livre (MARCELLINO, 2007). “O processo de consolidação do modo de produção fabril configurou, paulatinamente, uma clara distinção entre a jornada de trabalho e um tempo livre” (MELO, 2010, p. 6) o que torna possível perceber a importância do lazer a partir das relações de trabalho estabelecidas na Revolução Industrial e as transformações sociais deste momento histórico.

A “[...]sociedade industrial foi uma sociedade fundada no valor do trabalho e promotora do consumo e do lazer” (MOREIRA, 2008, p. 181). Os novos tempos sociais, como o tempo de consumo, foram um dos principais contrapontos ao valor do trabalho na sociedade e às transformações sociais.

O momento pós-revolução industrial é importante para entender o lazer na contemporaneidade pois é quando esta atividade passa a ser pensada como um fator estruturante e o trabalho, visto como a atividade central da sociedade, começa a ser questionado. Gomes (2014, p.7) nos lembra que está em curso uma visão do lazer “como uma esfera oposta ao trabalho” e que ambos marcam múltiplas dimensões da vida coletiva. Gomes (2014) argumenta que o avanço tecnológico e diversos outros motivos expandiram as fronteiras entre as duas dimensões e esta oposição tem se tornado cada vez mais paradoxal.

Como afirma Aquino e Martins (2007, p. 481), “a atividade social e o tempo que a demarca precisam ser postos em discussão para que tenhamos elementos para a formulação de uma análise crítica do contexto social em que hoje vivemos”, o que está de acordo com a proposta desse estudo. É preciso entender como o filme Pantera Negra se insere no momento histórico de mudanças sociais que trazem consequências para o estudo do consumo e do lazer.

Para Thompson (2014), a comunicação é uma atividade social que envolve a produção, a transmissão e a recepção de formas simbólicas sendo o cinema um meio técnico e material para que as formas simbólicas e informações sejam transmitidas e multiplicadas. Para Moreira (2008, p. 180),

A sociedade capitalista fomenta a mercantilização do lazer, promovendo, pela publicidade e através do marketing, os objetos e os espaços internos e externos, de modo a ir ao encontro de todos os gostos, e individualizando as possibilidades práticas de ocupar o tempo livre.

Thompson (2014, p. 46) afirma que o atributo de "reprodutibilidade das formas simbólicas é umas das características que estão na base da exploração comercial dos meios de comunicação". As formas simbólicas são transformadas, vendidas, compradas e consumidas no mercado, o que vai ao encontro da mercantilização do lazer como é o caso das produções cinematográficas. Para Santos (2008, p. 149), “[...] o lazer assume-se como orientação central na vida quotidiana da população, especialmente a que mantém relações significativas com os espaços urbanos. O cinema aparece como um espaço de interação entre o sujeito consumidor e o lazer.

Os elos que aproximam os estudos do lazer e consumo e que auxiliam o entendimento destes dois fenômenos podem ser identificados. É possível perceber, com o avanço de algumas pesquisas nesta área, o relacionamento e intersecção das

dimensões do consumo e do lazer como, por exemplo nas atividades de lazer mediadas pelo mercado como o cinema (TASCHNER, p. 39). Como afirmam Luna e Godoy (2012, p. 245), “a imagem se transforma em mercadoria, objeto de produção, circulação e consumo”.

## **2 Identidade e Representatividade Étnica**

Para Hall (2011, p. 13), “o sujeito assume identidades diversas em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um ‘eu’ coerente”. Sendo assim, identidade pode ser entendida como o fator que identifica e diferencia um indivíduo em relação aos outros e a si mesmo ao longo do tempo e espaço. Já a representatividade é entendida como um fator determinante para a construção da identidade de um sujeito social. Como define Lima (2018, p. 30). A identidade é “aceita pelo indivíduo de acordo com o reconhecimento de outras pessoas, caracterizando a necessidade de afirmação de um coletivo para concretizar o processo de autoafirmação de maneira positiva”, o que não acontece em geral com a população negra como discutiremos a seguir.

"Ao longo do tempo, os negros vêm perdendo seus territórios, tanto humanos e culturais como espaciais e geográficos" (MARIOSIA, 2016, p. 146). A colonização do continente africano e a diáspora podem ser consideradas uma das mais relevantes causas desta perda. Mariosa (2016, p. 146) argumenta novamente que "há séculos os negros vêm perdendo seus vínculos com o meio e os locais de origem, o que afeta diretamente sua identidade". Como afirma Bauman (2009), o consumo é oferecido como uma resposta para os desafios de identidade da sociedade de consumidores o que nos leva a questionar se o consumo seria uma das formas de recuperar a conexão e a identidade da população negra com suas origens.

Para pensar no elo entre consumo e a população negra é importante entendermos a representação destes sujeitos na sociedade. Desigualdades visíveis entre grupos raciais não são herança biológica e sim consequências de circunstâncias sociais, históricas e contemporâneas e de conjunturas econômicas, educacionais e políticas (PRAXEDES, 2005; CHAVES; SHAUN, 2013). A construção histórica e social do Brasil e as consequências dos 300 anos do uso da mão-de-obra escrava de negros e negras ainda possuem reflexos negativos na sociedade, como por exemplo, a

marginalização e o preconceito em relação a essa população. “É fato histórico que o racismo se consolidou de forma velada no imaginário da coletividade brasileira que, sob uma aura de igualdade social que nunca se efetivou[...]” (AMARAL, 2009, p. 162). Como afirma Chaves e Shaun (2013, p. 2),

O racismo, que constrói grande parte na estrutura da sociedade brasileira e perdura nos dias atuais, foi composto por ideais que a elite economicamente dominante estabeleceu, com o intuito de legitimar a escravidão e a constituição de relações sociais no Brasil, após a abolição.

Para Laraia (2017), a herança cultural é um dos motivadores de sentimentos depreciativos em relação àqueles que possuem comportamento fora do padrão aceito pela maioria. Já para Ferreira e Caminha (2017), o quarto poder é o principal agente da categorização e estigmatização de sujeitos que não se encaixam na normalidade aceita. Reflexos negativos presentes na sociedade são maximizados pela mídia e contribuem para o reforço do estigma no caso dos negros. Diversas questões como a naturalização da baixa autoestima, a falta de representatividade e o sentimento de inferioridade causado nos negros são consequências da ação da mídia assim como a criação da hegemonia branca através da imagem desses sujeitos como modelo de civilização (FERREIRA e CAMINHA, 2017). Há um excesso de referências culturais que, de acordo com Ferreira e Caminha (2017), impõem um padrão de branquitude que dificulta a autoaceitação dos indivíduos.

a grande mídia desempenha um papel crucial na execução, crítica, criação e controle da opinião pública, também chamada de senso comum. Por essa razão, as representações que ela produz não são populares, mas institucionais. É a indústria midiática que padroniza e massifica os modos de ser e de agir, e ela não é imparcial. Se fosse, o racismo não existiria, visto que tais representações sociais servem de exemplos para a estética e o procedimento moral. Na verdade, somos presas de uma ardilosa seleção das informações (FERREIRA; CAMINHA, 2017, p. 163)

A partir da diversidade étnica e não da homogeneidade que as políticas públicas devem ser pensadas (GONZAGA, 2015). Os históricos políticos de negros no âmbito internacional podem ser exemplificados desde o Partido dos Panteras Negras na década de 1960 nos Estados Unidos e pelo fim do regime *apartheid*, liderado por Nelson Mandela na África do Sul. Já o panorama nacional mostrou-se diverso desde a abolição da escravatura, que ocorreu de forma lenta e gradual, até as dificuldades enfrentadas na Ditadura Militar de 1964. Apenas com o restabelecimento da

Democracia no país foi possível notar alguma política governamental, como por exemplo o projeto de lei 4370/98 que dispõe sobre a representação racial e étnica nos filmes e peças publicitárias veiculadas pelas emissoras de televisão. De acordo com Chaves e Shaun (2013), entretanto, o número de negros ainda continuou limitado e com destaques e funções menos relevantes nas diferentes mídias.

“Ser negro é ser alvo das práticas micro e macroagressões preestabelecidas em uma cultura branca” (FERREIRA; CAMINHA, 2017, p.158). A resistência contra o normativo é estabelecida na iniciativa de legitimação da identidade negra frente às agressões diárias que convergem em um sentimento de luta por direitos sociais do coletivo e não por interesses individuais ou privilégios, como afirma Ferreira e Carminha (2017).

Mesmo reconhecendo o esforço de alguns governantes, as políticas governamentais podem ser consideradas insuficientes no sentido de que, por vezes, como afirma Gonzaga (2015), sua criação não significa sua correta aplicação e adesão da população. Para o autor as políticas públicas voltadas para a população negra em todas as esferas da sociedade devem contribuir para o resgate e fortalecimento de uma identidade negra e suas devidas representações sociais ao longo da construção do Brasil. Como afirmam Ferreira e Caminha (2017), “o negro dentro de uma categoria racial é apenas um recorte das possibilidades do que ele é”.

Esse processo de desconstrução da supremacia branca na sociedade brasileira passa necessariamente pela construção da representação positiva dos símbolos da cultura negra, afirmação identitária, consumo, e também na produção de usos e sentidos que lhe dão forma social [...] (ALMEIDA, 2011, p. 3).

Na esfera no consumo, “consumidores negros têm clamado por reconhecimento social (ROCHA; CASOTTI, 2017). Partindo desta afirmação, pode-se refletir sobre a relação da construção da identidade de cada indivíduo com o ato de consumir, além de todas as dinâmicas envolvidas neste percurso. A questão histórica acerca da comunidade negra deixou consequências nestes indivíduos também no âmbito do consumo, como por exemplo a “invisibilização” destes consumidores e sua submissão a uma lógica “branca” de mercado e a uma visão estigmatizada, devido a diversos fatores históricos e sociais (ROCHA; CASOTTI, 2017). Neste sentido, identidade e representatividade também são algumas das questões para as quais chamam a atenção quando o assunto é o consumo.

Quais são as influências que a falta de representatividade e referências que auxiliem à construção da identidade negra causam nestes sujeitos consumidores? De acordo com Barbosa e Campbell (2006, p. 8), “aos negros, é negado praticamente o *status* de membros de uma sociedade moderna e de consumo”. O ensaio de Rocha e Casotti (2017) traz reflexões críticas acerca da invisibilidade das representações culturais e estigmas relacionados à população negra, que inicia movimentos que se opõem a uma “lógica branca” de mercado. Ferreira e Caminha (2017) observam que a cor da pele concede *status* ao sujeito no sentido de informar posição social e o racismo constrói distinções além do visível. Sendo assim, aos consumidores negros é concedido um *status* já estabelecido que está intrínseco à sua representação social inferiorizada na sociedade brasileira.

“Vivemos em uma sociedade em que se dissemina a ideia de que a discriminação é mera invenção de quem pretende ser visto como vítima, uma vez que os discursos amplamente disseminados dão conta de propagar que o racismo não existe no Brasil” (GOUVÊA, 2017, p. 916). Este estudo traz um exemplo que inverte as lógicas raciais dominantes. O filme Pantera Negra traz imagens e narrativas que constroem novas e positivas representações que contribuem para a identidade de um sujeito social negro que assume e defende um herói protagonista negro que se opõe ao processo de construção histórica e social nos Estados Unidos, país de origem da produção cinematográfica, mas que também traz importantes ecos para brasileiros.

### **3 Metodologia e Principais Achados**

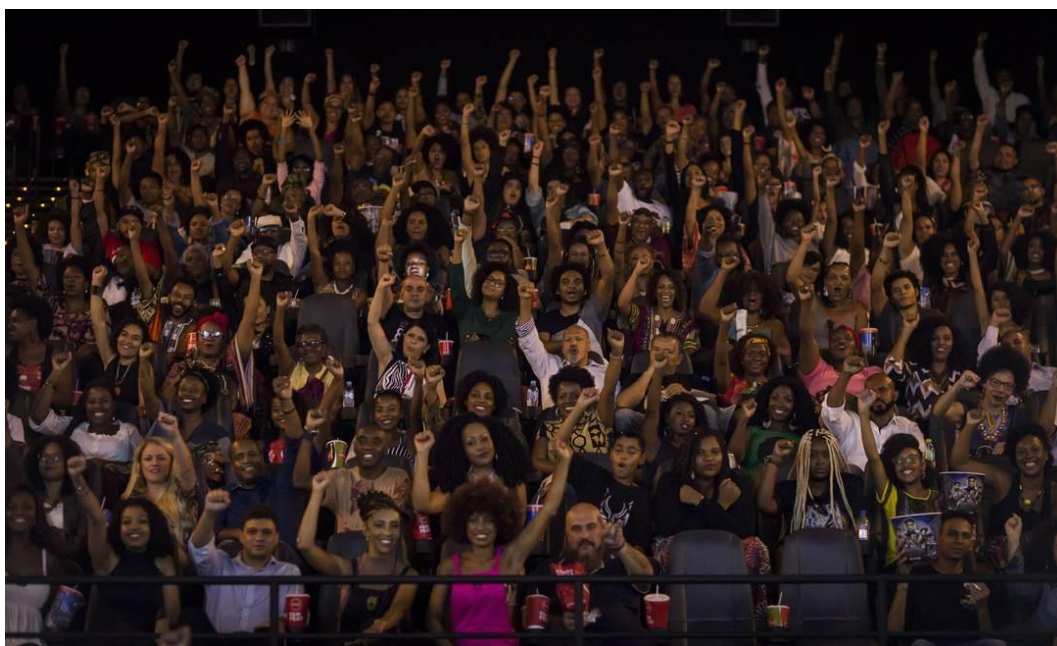
O objetivo principal da pesquisa é investigar a narrativa do consumo em um contexto de produção cultural cinematográfica e de movimentos recentes de valorização da representação da população negra em diferentes mídias a partir do filme Pantera Negra. Filmes podem ser usados de forma pedagógica ou como material de pesquisa pois possuem trazer a possibilidade de cobrir temas complexos e complicados e nos levar a refletir com mais profundidade sobre questões de marketing, comportamento do consumidor ou sobre como padrões ou comportamentos humanos podem ser problematizados e revelados a partir de filmes (BELK, 2002). Alguns estudos dentro da cultura de consumo e de macromarketing tem usado filmes como para atividades de ensino e pesquisa (BELK 2002, 2011; MCDONAGH; BRERETON, 2010).

A natureza deste trabalho é indicativa do uso do método de Estudo de Caso, pois é adequado a pesquisas que visam analisar um fenômeno contemporâneo em específico - o caso (YIN, 2015). O filme atende a este requisito em função de apresentar o primeiro super-herói negro protagonista em produções cinematográficas. A escolha está ligada também ao recente crescimento do movimento negro no Brasil e no mundo e ações de coletivos negros no país em relação ao filme.

Esse estudo é a primeira etapa de uma pesquisa mais abrangente. Faz parte dessa pesquisa também a análise dos comentários sobre repercussões do filme, já colecionados a partir de reportagens trazidas pela mídia de massa, e também a partir de postagens nas mídias sociais. Além disso, o grupo de pesquisa do qual fazem parte os autores deste artigo, inicia a elaboração de um roteiro para entrevistar negros e brancos sobre a experiência, que parece ser uma experiência transformadora, sobre novas representações e construções de identidades sociais da população negra a partir do filme.

Como exemplo da importância alcançada pela referida produção cinematográfica, a figura 1 mostra uma exibição fechada para o filme Pantera Negra, liderada pelo o grupo Facebook intitulado “Intelectualidade Afro-Brasileira”. A exibição do filme reuniu cerca de 275 pessoas.

Figura 1. Sessão fechada do filme Pantera Negra organizada por um coletivo



Fonte: O Globo (2018)



Outro exemplo relatado na mídia mostra a história de uma jovem de Porto Alegre que conseguiu arrecadar recursos suficientes para levar 200 crianças ao cinema para assistir ao filme Pantera Negra. Em entrevista ao jornal Diário de Pernambuco (2018), a jovem diz que:

*o audiovisual tem um poder enorme de passar mensagens, esse no caso traz o negro como protagonista, ele naturaliza isso. Na mídia, geralmente vemos o negro mais deslocado e o filme tem esse papel de trazer o povo africano de forma positiva, bonita e com personagens fortes. Isso é bem importante pois, até mesmo na escola, ainda se estuda a África de forma estereotipada.*

O filme Pantera Negra, veiculado no ano de 2018, é inspirado na série da Marvel e traz a história de T'Challa, o Pantera Negra e futuro rei de Wakanda. O filme foi assistido 5 vezes para que fosse possível identificar conteúdos que fazem sua narrativa importante para influenciar representações sociais dos negros. Os achados iniciais revelam que esse objeto de consumo de entretenimento explora aspectos originais de identidade e representatividade negra, por meio de questões socioculturais e históricas não abordadas anteriormente em uma produção cinematográfica:

1. Valorização da origem africana através de vestimentas e acessórios resgatados de diferentes povos africanos (ver figuras 2, 3, 4 e 5). Contudo, é importante ressaltar a dificuldade de mostrar a grande diversidade de povos existente no continente africano e que apenas uma pequena parcela dessas populações pode ser mostrada no longa-metragem através de cores, estampas, tatuagens e adereços feitos no próprio corpo. Chama atenção, as diferentes estéticas de cabelos e adornos usados na cabeça.

Figura 2. Discos labiais do povo Surma e Musi



Fonte: Matheus Klocker, 2018.

Figura 3. Cobertores Basotho do povo Lesoto e Sesotho



Fonte: Giulia Covre, 2018.

Figura 4. Chapéu Zulu usado pela rainha Ramonda



Fonte: Giulia Covre, 2018.

Figura 5. Representação no filme do povo Himba e a pasta *otjize* aplicada na pele



Fonte: Guto Souza, 2018.

- 2 Rituais e Músicas: Muitos rituais aparecem no filme mas aqui destacamos a cena quando T'Challa, o Pantera Negra, precisa passar por um ritual para assumir o trono de Wakanda, a luta real (figura 6). Antes e durante a batalha, é possível perceber a presença de uma música<sup>1</sup> cuja sonoridade também está associada às músicas africanas. Todas as referências sonoras ao longo do filme remetem a sons de origem africana. Como exemplo de outros rituais identificados temos...

Figura 6. Ritual de posse do reino de Wakanda



Fonte: Bol Notícias, 2018.

<sup>1</sup>Disponível em: <<https://youtu.be/tm9F9SY2-D8>>

- 3 Construção de novas representações de gênero e das mulheres negras: ao longo do filme as mulheres ocupam posições de destaque e relevância como Shuri, irmã de T'Challa e responsável pelas inovações tecnológicas de Wakanda e dos acessórios do irmão através do uso do Vibranium, um metal raro encontrado em Wakanda. Como exemplo, a figura 7 mostra a cena do filme em que o carro que está presente em outro país com o Pantera Negra, porém está sendo dirigido por ela do laboratório wakandiano em versão holográfica. Na figura 8, outra cena do filme, mostra Shuri apresentando o novo traje criado para o irmão o qual possui, por exemplo, recarga a partir de ondas cinéticas. Outra representação do protagonismo das mulheres no filme é Okoye e as guerreiras Dora Milaje (figura 9), protetoras do reino de Wakanda e do rei T'Challa, que fogem ao padrão do feminino presente em outros longas metragens. Ambas personagens resgatam discussões sobre a posição social das mulheres e questões acerca das mulheres negras;

Figura 7. Shuri utilizando sua invenção



Fonte: Trailers Apple, 2018.

Figura 8. Shuri mostra sua nova tecnologia para traje do irmão



Fonte: Sea O'Connell, 2018.

Figura 9. Okoye e as Guerreiras Dona Milaje



Fonte: Isabela Villa, 2018.

- 4 Resgate de movimentos ativistas do passado. A ficção não abandona a realidade quando focaliza o Partido dos Panteras Negras que são inspiradores da luta do movimento negro até os dias de hoje. A primeira cena do filme acontece em Oakland, cidade natal do movimento dos Panteras Negras que surgiu na década de 1960 e lutava pelo reconhecimento social de negros. Além disso, como mostra a figura 10, existe semelhança entre o trono do T'Challa que aparece no filme e a cadeira usada por Newton, um dos fundadores do movimento em foto trazida por Izadi (2018).

Figura 10. O trono do Pantera Negra e a semelhança com a cadeira de Newton



Fonte: Phil Hornshaw e Ross A. Lincoln, 2018.

### Considerações Finais

Os elementos analisados no filme sugerem um reforço de questões de identidade da população negra pouco representada em produções cinematográficas e se inserem nos movimentos recentes em busca de maior protagonismo dos negros. Produções cinematográficas como essa possibilitam que negros e brancos saiam de uma inércia de representações estigmatizadas e estigmatizantes. Ao mesmo tempo, o filme contribui para mudanças sociais quando desafia a audiência a refletir sobre um tema complexo e muitas vezes velado como racismo e a hegemonia da estética eurocêntrica. Mesmo que possa ser visto como uma micro parte diante de uma grande questão de mudança social, acreditamos que esse filme possa trazer pequenas mudanças que, na prática, representem grandes repercussões. Nossa crença parte da constatação da inexistência anterior de um super-herói negro, assim como localizamos uma única princesa negra nas produções infantis (a princesa Tiana, da Disney). Esses exemplos iniciam uma reparação histórica que busca a (des)construção do estigma das representações sociais que consumimos sobre a população negra em diferentes mídias.

A análise das imagens, por exemplo, permite relacionar a diversidade estética dos negros brasileiros que se originaram de diferentes regiões africanas. Além de dar visibilidade a essa grande maioria da população brasileira, precisamos resgatar nossa consciência de um grupo plural e diverso.

O consumo desse entretenimento pode ser um marcador étnico ou mesmo uma forma de oposição à opressão já que o negro é mais visto e mais ouvido (SANSONE, 2000). O consumo do filme Pantera Negra pode ser visto como fator que contribui para a construção de uma representação social que auxilia no resgate da identidade da população negra e, além disso, da quebra de padrões que serviram de alicerce para a construção histórica e social do país.

O histórico de luta e resistência de negros na sociedade brasileira é o fator relevante para a sua ressignificação. O resgate, a reconstrução e a afirmação da formação histórica e social do país contribui para a ampliação de novas perspectivas de mudanças. Dentre essas mudanças localizamos a necessidade de mais estudos que tratem das representações ou da falta e inadequação das representações da população negra nas diferentes mídias.

## Referências

ALMEIDA, Alex Sandro Macedo. Identidade e consumo: o que compreender sobre o consumo da chamada “linha étnica” e a relação com identidade na classe média negra. In: Anais do XXVI Simpósio Nacional de História – ANPUH, jul. 2011, São Paulo... **Anais**, São Paulo, 2011.

AMARAL, Carla Giane Fonseca do. A Arte Africana e sua relevância para a conscientização multicultural. **Cadernos de Educação**. Pelotas, v. 32, p. 161-180, jan./abr. 2009.

AQUINO, Cassio Adriano Braz; MARTINS, José Clerton de Oliveira. Ócio, lazer e tempo livre na sociedade do consumo. **Revista Mal-Estar e Subjetividade**. Fortaleza, v. 7, n. 2, p. 479-500, set. 2007.

ASKEGAARD, Søren. Experience economy in the making: hedonism, play and coolhunting in automotive song lyrics. **CMC**, v. 13, n. 4, 2010, p. 351–371.

BARBOSA, Livia. Sociedade de consumo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BARBOSA, Livia.; CAMPBELL, Colin. (Orgs.). Cultura, consumo e identidade. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros, 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

BELK, Russell. **Some reflections on ‘possessions and the ‘extended self’**. ACR Newsletter. 2002

BELK, Russell. Examining markets, marketing, consumers, and society through documentary films. **Journal of Macromarketing**, v. 31, n. 4. 2011.

BLACK Panther. **Trailers Apple**. Disponível em: <  
<https://trailers.apple.com/trailers/marvel/black-panther/>>. Acesso em: 17 set. 2018

BRASIL. 7 de abr. de 1998. **Institui cota racial e étnica, deve assegurar a participação de artistas afrodescendentes**. Disponível em: <  
<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=20842>>. Acesso em: 5 out. 2018.

CHAVES, Amanda; SHAUN, Angela. A cultura afro-brasileira em foco: 10 anos da aprovação da lei 10.639/03 e o papel da mídia – um olhar sobre o jornal folha de s. Paulo - janeiro de 2003 e 2013. In: 9 Encontro Nacional de História da Mídia, 2013, Ouro Preto...**Anais**, Ouro Preto, 2013.

COELHO, Joyce Ajuz; CASTANHEIRA, José Cláudio S. A cultura do consumo e o entretenimento como linguagem multissensorial. **LUMINA - Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação**, v. 5, n. 1, jun 2011.

COVRE, Giulia. Os figurinos de “Pantera Negra” são uma homenagem linda à cultura africana. **Papel Pop**. Disponível em: < <http://www.papelpop.com/2018/02/referencias-do-figurino-de-pantera-negra/>>. Acesso em: 15 set. 2018.

DIRETOR de "Pantera Negra" explica (quase) ausência de personagem no filme. **BOL NOTÍCIAS**. Disponível em: < <https://noticias.bol.uol.com.br/ultimas-noticias/entretenimento/2018/02/21/diretor-de-pantera-negra-fala-sobre-pessao-que-sentiu-da-marvel.htm>>. Acesso em: 15 ago. 2018.

Estudante faz vaquinha e leva 200 crianças negras para ver Pantera Negra: 'Fui acusada de racismo'. **Diário de Pernambuco**, 2018. Disponível em: <[http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/viver/2018/03/01/internas\\_viver,743388/estudante-faz-vaquinha-e-leva-200-criancas-negras-para-ver-pantera-neg.shtml](http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/viver/2018/03/01/internas_viver,743388/estudante-faz-vaquinha-e-leva-200-criancas-negras-para-ver-pantera-neg.shtml)>.

FERREIRA, Dina Maria Martins; CAMINHA, Tibério. Pigmentocracia e a experiência do preterimento na homossexualidade negra. **Cadernos de Linguagem e Sociedade**, v. 18, n. 2, p. 157-174. 2017.

GIOIELLI, Rafael P. Pistas para entender a identidade cultural no contexto da globalização. **Novos Olhares**. São Paulo, n. 14, 2004.

GOMES, Christianne Luce. Lazer: necessidade humana e dimensão da cultura. **Revista Brasileira de Estudos do Lazer**. Belo Horizonte, v. 1, n.1, p.3-20, jan./abr. 2014.

GONZAGA, Gabriel. Territórios negros: patrimônio, diáspora e tempo. **Revista Historia e Diversidade**. v. 7, n. 2, 2015.

GOUVÊA, Josiane Barbosa. O que há por trás do discurso da harmonia racial no país da miscigenação. **Farol - Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade**. Belo Horizonte, v. 4, n. 10, p. 915-955. ago. 2017.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.

HORNSHAL, Phil; LINCONL, Ross. No, 'black panther' was not named after the black panther party. **THE WRAP**. Disponível em: < <https://www.thewrap.com/black-panther-name-black-panther-party/>>. Acesso em: 20 ago. 2018.

Integrantes do grupo 'intelectualidade afro-brasileira' lotam sessão de Pantera Negra. **O GLOBO**, 2018. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/sociedade/integrantes-do-grupo-intelectualidade-afro-brasileira-lotam-sessao-de-pantera-negra-22409259>>.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

LIMA, Gisele Araújo. **Prática informacional de mulheres negras: aspectos da busca por transição capilar**. Rio de Janeiro, 2018. 71 p.

LOPES, Romildo Sérgio. Representações do negro nas histórias em quadrinhos norte-americanas: identidade e representatividade. In: XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2014, Foz do Iguaçu...**Anais**, Foz do Iguaçu, 2014.

LUNA, Sarah Borges; GODOY, Karla Estelita. A estética turística e cinematográfica da favela: suportes de uma autenticidade construída. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 12, n. 2, p.239-252, ago. 2012.



- MARCELLINO, Nelson Carvalho. **Lazer e educação**. 12. ed. Campinas, SP: Papirus, 1987. (Coleção Fazer/Lazer).
- MARIOSA, Gilmar Santos. Memórias sociais e a construção da identidade em territórios negros. **Psicologia em Revista**. Belo Horizonte, v. 22, n. 1, p. 145-163, abr. 2016.
- KLOCKER, Matheus. Referências de culturas e tribos Africanas em Pantera Negra. **Pós Créditos**. Disponível em: < <http://www.poscreditos.com.br/critica-pantera-negra/referencias-pantera-negra>>. Acesso em: 10 set. 2018.
- MCDONAGH, Pierre; BRERETON, Pat. Screening not greening: an ecological reading of the greatest business movies. *Journal of Macromarketing*, v. 30, n. 2, 2010.
- MELO, Victor Andrade. Lazer, modernidade, capitalismo: um olhar a partir da obra de Edward Palmer Thompson. **Est. Hist. Rio de Janeiro**, v. 23, n. 45, p. 5-26, jan./jun. 2010.
- MOREIRA, Claudete Oliveira. Tempo livre, lazer e consumo na sociedade urbana contemporânea, segundo os gêneros. In: SANTOS, Norberto Pinto; GAMA, Antônio (Edt.). **Lazer: da libertação do tempo à conquista das práticas**. Universidade de Coimbra, 2008.
- O'CONNELL, Sean. New black panther footage shows off one of the hero's unexpected powers. **Cinema Blend**. Disponível em: < <https://www.cinemablend.com/news/2303432/new-black-panther-footage-shows-off-one-of-the-heros-unexpected-powers>>. Acesso em: 15 out. 2018.
- PRAXEDES, W. A questão da educação para a diversidade sócio-cultural e o etnocentrismo. In: ASSIS, V. S. Introdução à antropologia. Maringá:EDUEM, 2005.
- ROCHA, Ana Raquel Coelho; CASOTTI, Letícia Moreira. Reflexões sobre o consumidor negro brasileiro. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**. Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, abr./jun. 2017, p. 47-62.
- SPINK, Mary Jane. P. O conceito de representação social na abordagem psicossocial. **Cadernos de Saúde Pública**. Rio de Janeiro, v. 9, n. 3, jul/sep, 1993, p. 300-308.
- SANSONE, Livio. Os objetos da identidade negra: consumo, mercantilização, globalização e a criação de culturas negras no Brasil. **MANA**, v. 6, n. 1, p. 87-119. 2000.
- SANTOS, Norberto Pinto. Organização social e consumo: práticas e lugares de consumo - o tempo livre e o lazer. **Cadernos de Geografia**, v. 21-23. Coimbra: Universidade de Coimbra, 2004. DOI: 10.14195/0871-1623\_23\_4.
- SANTOS, Norberto Pinto. Lazer, espaços e lugares. In: \_\_\_\_\_; GAMA, Antônio (Edt.). **Lazer: da libertação do tempo à conquista das práticas**. Universidade de Coimbra, 2008.
- SOUSA, Guto. Pantera Negra e suas belas representações da cultura africana. **FEEDEDIGNO**. Disponível em: <<https://feededigno.com.br/listas/pantera-negra-e-suas-belas-representacoes-da-cultura-africana/>>. Acesso em: 15 out. 2018.
- TASCHER, Gisela B. Lazer, cultura e consumo. **ERA**. São Paulo, v. 40, n. 4, p. 38-47.
- THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 15. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.
- VILLA, Isabela. Saiba quem são as guerreiras que roubam a cena em “Pantera Negra”. **M de Mulher**. Disponível em: < <https://mdemulher.abril.com.br/cultura/saiba-quem-sao-as-guerreiras-que-roubam-a-cena-em-pantera-negra/>>. Acesso em: 12 set. 2018.
- YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 5. ed. São Paulo: Bookman, 2015.