

**Pró-Reitoria de Graduação
Curso de Comunicação Social - Jornalismo
Trabalho de Conclusão de Curso**

NEGRITUDE NA CAPA

**Análise dos discursos como representação do negro
na revista Raça Brasil**

**Autora: Ramíla Moura Mendes Vieira
Orientadora: Profa. Ms. Isabel Cristina Clavelin da Rosa**

**Brasília
2014**

RAMÍLA MOURA MENDES VIEIRA

NEGRITUDE NA CAPA

Análise dos discursos como representação do negro na revista Raça Brasil

Monografia apresentada à banca examinadora como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Católica de Brasília

Orientadora: Profa. Ms. Isabel Cristina Clavelin da Rosa

Analísadores: Prof. Ms. Lunde Braghini Junior e Prof. Ms. Alex Vidigal Rodrigues de Sousa

Brasília

2014

RAMÍLA MOURA MENDES VIEIRA

NEGRITUDE NA CAPA

Análise dos discursos como representação do negro na revista Raça Brasil

Monografia de autoria de Ramíla Moura Mendes Vieira, intitulada — Negritude na Capa: análise dos discursos como representação do negro na revista Raça Brasil, apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social – Jornalismo na Universidade Católica de Brasília, em 02 de dezembro de 2014, defendida e aprovada pela banca examinadora abaixo assinada:

BANCA EXAMINADORA

Prof.^ª. Ms. Isabel Cristina Clavelin da Rosa

Orientadora

Comunicação Social (UCB)

Prof. Ms. Alex Vidigal Rodrigues de Sousa

Comunicação Social (UCB)

Prof. Ms. Lunde Braghini Júnior

Comunicação Social (UCB)

DEDICATÓRIA

À minha mãe, negra forte, inteligente e corajosa, exemplo para todas as vitórias que pude e quero conquistar.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por me conceder sabedoria ao longo dos desafios impostos no decorrer do trabalho, por sua proteção e paz. A minha mãe Domingas, pela confiança e pelo amor incomparável capaz de me aconselhar nos momentos de angústia. Ao meu pai Luiz Carlos por seus incentivos cuidadosos e por sua dedicação incansável. Aos meus irmãos Luiz Rangel e Carlos Ariel pela admiração encorajadora e pela alegria motivadora. Ao Matheus, meu primeiro amor, que com sua paciência e carinho me ajudou a não desanimar diante das dificuldades. A minha orientadora Isabel Clavelin, por seu exemplo de mulher forte e inteligente que dá orgulho a nossa raça, e que, mesmo diante de todos os problemas enfrentados no percurso da pesquisa, pode permanecer acreditando no meu potencial. Ao professor Lunde Braghini por ter sido um educador admirável durante minha graduação e por todos os conselhos amigos. Ao professor Alex Vidigal por ser inspirador no papel que desempenha e pelas contribuições dadas a este trabalho. E a todos que torceram por mim.

RESUMO

Este trabalho busca analisar a representação dos negros na revista Raça Brasil por meio do discurso utilizado em suas manchetes. Esta é a única revista impressa brasileira cujo público-alvo é a população negra. Com a veiculação em suas capas de personalidades negras conhecidas midiaticamente, a revista promove a visibilidade dessa raça.

Palavras-chave: Raça Brasil. representação. mídia. racismo. discurso.

ABSTRACT

This academy work seeks analyse the representation of the black people in Raça Brasil by means of the speech used in their headlines. This is the only impress magazine whoose the target audience is the black population. Whit the serving of black personalities weel know in mediatic mean's in the front, the magazine promote a visibility of this race.

Keywords: Raça Brasil. representation. media. racism. speech.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1. Capa da revista <i>Raça Brasil</i> , edição 138 publicada em novembro 2009.....	28
Ilustração 2. Capa da revista <i>Raça Brasil</i> , edição 149 publicada em novembro 2010.....	29
Ilustração 3. Capa da revista <i>Raça Brasil</i> , edição 160 publicada em novembro 2011.....	30
Ilustração 4. Capa da revista <i>Raça Brasil</i> , edição 172 publicada em novembro 2012.....	31
Ilustração 5. Capa da revista <i>Raça Brasil</i> , edição 183 publicada em novembro 2013.....	32

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Manchetes da edição de novembro de 2009.....	33
Tabela 2 - Manchetes da edição de novembro de 2010.....	33
Tabela 3 - Manchetes da edição de novembro de 2011.....	34
Tabela 4 - Manchetes da edição de novembro de 2012.....	34
Tabela 5 - Manchetes da edição de novembro de 2013.....	35
Tabela 6 - Palavras-chave com maior frequência nas chamadas de capa	35
Tabela 7 - Aferição da frequência das categorias temáticas nas chamadas de capa	36
Tabela 8 - Aferição da frequência do tema cultura nas chamadas de capa	36

SUMÁRIO

1. Introdução	10
1.1 Apresentação do objeto de pesquisa e justificativa	10
1.2 Objetivos, metodologias e estruturação do trabalho.....	12
2.A imprensa e a revista no Brasil	15
3.O que é raça?	17
4.Mídia, representação e responsabilidade social.....	18
4.1 O racismo e sua incidência na mídia.	20
5.Estereótipos e Etnocentrismo	22
6.Discurso e Pertencimento	26
7.O discurso de Raça Brasil.....	37
8.Temáticas Levantadas em Raça Brasil	40
8.1Mulheres Negras.....	40
8.2.Cultura	42
8.3 Política.....	43
8.4.Trabalho.....	44
9.Conclusão	47
10.Referências Bibliográficas.....	49

1. INTRODUÇÃO

1.1 Apresentação do problema de pesquisa e justificativa

O racismo é fenômeno multifacetado na sociedade brasileira: ora ocorre veladamente, sendo difícil de ser identificado, comprovado, visível e enfrentado; ora está exposto com fartos elementos para sua percepção. O falso mito da democracia racial ainda se perpetua e a mídia ao veicular notícias, programas e novelas que ignorem ou reforcem o racismo institucional no país só agrava a invisibilidade dos negros e o silenciamentos dos problemas em torno das desigualdades que uma sociedade racista pode desencadear.

A impressão que a maioria dos veículos midiáticos causa é que vivemos em um país de caucasianos. Aos negros reservam-se as manchetes dos noticiários policiais, as séries cujo cenário é a favela e os papéis subalternizados nas novelas. As revistas não fogem do padrão racista da mídia e raramente veiculam pessoas negras em suas capas. Sendo a revista **Raça Brasil** a única revista impressa brasileira cujo público-alvo é a população negra ela será utilizada nessa pesquisa para avaliar como se dá o seu discurso como representação do negro brasileiro e que sentidos ela veicula em suas capas por meio da análise das manchetes.

A Revista **Raça Brasil**, editada pela editora Escala, é uma publicação mensal voltada ao público leitor negro. Com matérias sobre música, moda, beleza, cultura e comportamento, suas capas e editoriais trazem como personagens principais as pessoas negras. A revista surgiu em 1996. Na época, revolucionou o mercado publicitário ao chamar a atenção para um público consumidor antes ignorado na mídia e na publicidade. O lançamento de **Raça Brasil**, como revela Eduardo Henrique Pereira de Oliveira (2002), em **Mídia e Racismo** teve impacto na comunicação brasileira:

É um marco importante para tudo o que está acontecendo no Brasil nos últimos cinco anos. Penso que muitas das transformações que já estamos enxergando hoje, ainda que ocorram com uma certa lentidão, são fruto do espanto ou da surpresa que setores da sociedade brasileira sentiram ao perceber que era possível vender no Brasil 200 mil exemplares de uma revista que dizia ser para negros. Então foi preciso repensar a velha ideia dos publicitários de que o consumidor no Brasil não quer comprar um produto anunciado por um negro (RAMOS, 2002, p. 39).

Críticos, da época de lançamento da revista, questionavam se **Raça Brasil** representava de fato a população negra brasileira. Outra crítica voltava-se ao slogan da própria revista: “a revista dos negros brasileiros”. Era considerada uma ressignificação dos estereótipos acerca dessa população. Resta, portanto, saber se essa representação da Raça é

feita para os negros e de fato dos negros, ou se este grupo está destituído da sua própria identidade atrelada aos valores do componente racial branco.

A partir do estudo da revista pretende-se compreender como se dá a representação dos negros nessa publicação e perceber de que forma ela atua na construção e desconstrução de sentidos sobre os interesses acerca da população negra, tendo como material empírico as capas das revistas. Como a mídia, em geral, não reflete de forma equitativa a diversidade da população do país, cabe entender nessa análise se a revista em estudo permite corrigir essa falha da imprensa no que concerne a representação negra na mídia.

Esta autora optou por estudar o tema mídia e representação, porque os fatores que envolvem o racismo no Brasil são diversos e têm incidência, por exemplo, sobre representações e discursos nos meios de comunicação. Considera-se relevante perceber a imbricação entre comunicação e sociedade como parte dos entendimentos sobre o Brasil e os grupo que integram a população. A escolha da revista **Raça Brasil** se deu, portanto, por ser um veículo que pode propiciar discussões acerca da relação entre mídia-raça-etnia e gerar análises dos fenômenos sociais e comunicacionais que envolvem o racismo no país.

A temática racial é um assunto cada vez mais presente na mídia brasileira, posto que as políticas afirmativas voltadas para a inclusão da população negra nos segmentos da sociedade impulsionam o debate. Muitas vezes, essa circulação de informação não dá conta da diversidade de enfoques jornalísticos nem de abordagens plurais com relação às pautas, às fontes entrevistadas, aos dados, aos fatores relacionados para melhor apuração, entre outros elementos relevantes para o trabalho jornalístico.

Diante da escassez de estudos nesse âmbito de raça e comunicação, esta pesquisa se propõe a verificar a constituição discursiva de um veículo para um público negro. Enquanto de um lado a problemática do racismo e falta de espaços de visibilidade para os negros é enorme, as pesquisas nesse contexto são isoladas em grupos, muitas vezes também inviabilizados. O movimento negro tem desempenhado um papel fundamental na disseminação de conteúdos e pesquisas, mas só o movimento não é suficiente para conseguir mapear todos os aspectos que envolvem a problemática do negro brasileiro. Cabe, assim, à academia debruçar-se sobre essas questões, ampliando reflexões e debates num bojo heterogêneo de pesquisadoras e pesquisadores de comunicação. Essa análise da revista **Raça Brasil** busca estudar as possibilidades de linguagens adotadas, construção de sentidos e

estabelecer um parâmetro de pesquisa com o objetivo de perceber como se dá a representação negra no periódico.

1.2 Objetivos, metodologias e estruturação do trabalho

O objetivo geral dessa pesquisa é analisar o discurso da revista **Raça Brasil** como representação do negro. Por meio da análise do discurso utilizado na revista, pretende-se entender como e que artifícios são empregados para representar o negro no periódico. A **Raça** é uma revista para negros, mas a questão é entender se os negros são de fato representados como negros ou se investidos em valores e representação da ideologia do branqueamento.

O fator econômico-social também deve ser observado na medida em que os negros são que recebem os menores salários e tem o maior nível de desemprego do país. É necessário apurar se a revista mostra essa realidade ou a esconde de modo a velar as discriminações ocorridas e fazer com que os negros apareçam como perfeitos e iguais numa sociedade que na verdade é preconceituosa e desigual.

Para atingir o objetivo geral, no percurso dessa pesquisa, pretende-se considerar como objetivos específicos: (i) levantar especificidades imagéticas e discursivas empregadas na capa da revista; (ii) analisar o perfil dos personagens de capa e compará-los, a fim de perceber variações na representação de negros e negras ao longo de um quinquênio; (iii) observar as chamadas da revista e analisar a linguagem empregada; (iv) compreender se o discurso do periódico produz influências para o empoderamento ou o imobilismo político e ideológico do leitorado negro.

Para essa pesquisa pretende-se fazer a análise de conteúdo e análise de discurso das capas nas edições da revista do mês de novembro no período de 2009 a 2013. Desse modo, busca-se aferir quais pautas estão em evidência e em que concentração temática são produzidos os significados dos discursos de cada edição sobre a população negra. Com esse recorte temporal, o estudo se propõe a verificar deslocamentos, tendências e equivalências de temáticas, a fim de aferir as regularidades discursivas do veículo.

Para a fase inicial da pesquisa, a autora utilizará pesquisa bibliográfica e pesquisa documental de fonte secundária. A primeira com o objetivo de se ter um planejamento do estudo identificando e obtendo bibliografia sobre o assunto. E, assim, possibilitar o esclarecimento da opinião de autoras e autores que discorrem sobre a temática racial no âmbito da comunicação. A segunda é importante para identificar e verificar o material a ser pesquisado mediante a obtenção das edições de novembro da Revista **Raça Brasil** no período

de 2009 a 2013. Somando-se a essas duas pesquisas, o presente estudo poderá se desenvolver por meio da metodologia da análise de conteúdo e disciplina da análise dos discursos.

A análise de conteúdo pressupõe inicialmente a escolha do corpus a ser pesquisado. Ou seja, o material, com a quantidade e tempo delimitados. Lawrence Bardin (2011) explica que o primeiro passo é realizar a exploração do material de pesquisa, para assim definir as hipóteses e objetivos a serem especificados na amostra. Mas, antes de fazer essa exploração existe uma etapa chamada pré-análise quando se prepara o material. Nessa pré-análise, costuma-se realizar uma “leitura flutuante”, a qual, segundo a Bardin (2011), trata-se de um contato com o material a ser analisado. Por meio dessa leitura, podem surgir as primeiras hipóteses e possibilidades de técnicas a serem aplicadas.

Segundo Bardin (2011, p. 42), a análise de conteúdo é “uma técnica de investigação que através de uma descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto das comunicações tem por finalidade a interpretação destas mesmas comunicações”. Assim sendo, por meio dessa metodologia, o conteúdo é selecionado, dividido em categorias, analisado a partir dessa segmentação, e a partir dessa análise são inferidas unidades de sentido que, depois de observadas, são retiradas conclusões sobre como esse conteúdo é apresentado no âmbito do material pesquisado, neste caso a revista **Raça Brasil**. Bardin explica que “fazer uma análise temática consiste em descobrir os “núcleos de sentido” que compõem a comunicação e cuja presença, ou frequência de aparição, pode significar alguma coisa para o objetivo analítico escolhido” (2011, p.135).

As categorias temáticas estabelecidas para análise do corpus de pesquisa, nessa etapa as capas da revista, serão preliminarmente: cultura, mídia, comportamento, política, economia, esporte e segurança, as quais, em geral, compõem editoriais jornalísticas. Chamo a atenção para as categorias de esporte e segurança, as quais os negros figuram em concentração na imprensa em geral.

É possível com a análise de conteúdo escolher e separar em categorias termos recorrentes nas capas das edições selecionadas da revista. O conjunto de informações obtido pela análise de conteúdo será disciplinado pela análise dos discursos, a fim de entender de que maneira eles são utilizados para moldar o discurso de Raça para com o seu leitorado negro.

Com a análise do discurso pretende-se fazer uma breve interpretação sobre o discurso da revista. Posto que o discurso é responsável por construir sentidos e significados e por meio dele é possível proliferar uma série de ideias, crenças e até mesmo dominação e exclusão.

O discurso nada mais é do que a reverberação de uma verdade nascendo diante de seus próprios olhos; e, quando tudo pode, enfim, tomar a forma do discurso, quando tudo pode ser dito e o discurso pode ser dito a propósito de tudo, isso se dá porque todas as coisas, tendo manifestado e intercambiado seu sentido, podem voltar à interioridade silenciosa da consciência de si (FOUCAULT, 2012, p. 46).

Assim é possível com a análise de conteúdo escolher e separar as categorias recorrentes nas edições da revista, com a finalidade de demarcar frequências de conteúdos na publicação. E por meio da análise de discurso, busca-se entender de que maneira os conteúdos são utilizados para moldar o discurso de **Raça** para com o seu leitor, tentando rastrear as marcas entre os ditos, os não ditos e os interditos.

Este trabalho está organizado em 7 capítulos. No primeiro é feito um breve histórico da imprensa e da revista no Brasil pontuando os primeiros impressos dedicados a causa negra. No segundo capítulo procura-se definir o significado do termo raça bem como suas relações semânticas nos mecanismos de dominação. No tópico seguinte pretende-se compreender como a mídia trata o tema racismo e aponta nuances de representação do negro frente às questões da mídia como reflexo da sociedade.

Na parte do trabalho em que se trata de “Estereótipos e Etnocentrismo” é realizado um breve panorama sobre a origem e perpetuação dos estereótipos sobre o negro. Depois, no capítulo “Discurso e Pertencimento” são feitas reflexões acerca da linguagem, sociedade e relação do “negro com o outro”, capítulo mediado pelas ponderações de Fanon. Logo depois das ilustrações das capas analisadas bem como da disposição das tabelas de manchetes e categorias de análise o capítulo “O discurso de **Raça Brasil**” sintetiza as reflexões e analisa os sentidos embutidos nas manchetes das capas das edições analisadas. Ainda neste capítulo subseguem categorias observadas na análise de conteúdo e mediadas por autores que refletem as referentes temáticas.

2 - A imprensa e a revista no Brasil

Ao analisarem a história da imprensa no Brasil, Martins e Luca (2008, p.104) apontam que desde as primeiras publicações no país é possível perceber “as raízes políticas da atividade jornalística”. De acordo com as autoras, grupos políticos percebiam na imprensa “um meio de propagação de suas ideias e aspirações” (LUCA, 2008, p.104). Ou seja, a imprensa em sua concepção era vista como um instrumento de luta política. Nesse sentido, os movimentos de campanha pela abolição da escravatura e outros possibilitaram o surgimento de muitos impressos na época.

No princípio, os impressos eram muito semelhantes no quesito forma, pois a indústria gráfica brasileira ainda não tinha condições técnicas favoráveis. Esse cenário começou a mudar no século XX, por meio das melhorias das técnicas de impressão. Depois disso se multiplicaram os impressos e a variedade em seus formatos. Ana Luiza Martins (2008, p.45) explica o termo revista como uma publicação periódica que difere do jornal e do livro. Este por ter reedições e ser de material mais resistente, aquele por não ter capa e sua periodicidade ser diária.

Martins e Luca (2008, p.105) descrevem características aplicadas a revista no início das publicações brasileiras ao afirmar que: “À revista reservava-se a especificidade de temas, a intenção de aprofundamento e a oferta de lazer tendo em vista os diferentes segmentos sociais: religiosas, esportivas, agrícolas, femininas, infantis, literárias ou acadêmicas”. O surgimento da revista no Brasil contribui também como uma forma mais acessível de leitura, e com suas imagens, charges e caricaturas, a população que contava com a maioria de analfabetos, podia assim se informar. Ou seja, tanto o lado comercial, quanto social tinha espaço nesse periódico.

As revistas se proliferaram, porém a questão econômica de seus proprietários poderia se tornar um agravante para que elas se mantivessem no mercado. Com a finalidade de manter seus periódicos as ferramentas eram: publicidade e a venda em forma de assinaturas. **O Cruzeiro**, revista de 1928, segundo as pesquisadoras Martins e Luca (2012) ilustra essas estratégias em sua campanha de lançamento quando foram lançados folhetos do alto de prédios no centro do Rio de Janeiro que anunciavam surgimento da revista.

A história da imprensa acompanha e desenvolve contiguamente com o contexto político e social de um país, como afirmam as autoras Martins e Luca (2012). Mas, a abordagem midiática dada aos fenômenos sociais é norteadada de acordo com o ângulo

observado pela imprensa à história, já que a mesma, não pode, devido ao espaço insuficiente, ser noticiada e representada na íntegra. É nesse aspecto norteador que se encontra a segmentação. Uma vez que os veículos não conseguem atingir todos públicos. Eles têm a necessidade de escolher o público ao qual irá se dirigir.

Essa necessidade de seleção das notícias e criação de nichos de públicos é feita pela segmentação. Maria Celeste Mira (2008) explica o objetivo da segmentação nas revistas como uma estratégia de mercado. Os públicos de cada revista são categorizados por nichos sociais, como gênero, geração e questão étnica. Para se tornarem segmentos de mercado a autora afirma que eles precisam ter “potencial de consumo”, ou seja, é necessário ter “um mercado de autores e anunciantes” (IDEM, IBIDEM, p. 214).

A imprensa também é utilizada como ferramenta de defesa das identidades de uma comunidade, considerando-se a diversidade étnica das populações, onde as demandas são também diversas. Martins e Luca (2012) chamam a atenção para a variação da segmentação dos impressos, ressaltando que:

A defesa de interesses específicos caracterizou também um grupo de jornais e revistas que se colocavam como porta-vozes da comunidade negra em São Paulo. Conforme depoimento de José Correia Leite, editor d’ *O clarim da alvorada* (1924) e líder dos mais destacados da comunidade negra paulista: “as colônias [estrangeiras] tinham seus jornais e sociedades fortes. O negro então fundou seus jornais e sociedades para também fazer suas reivindicações” (IDEM, IBIDEM, 2012, p. 118-119).

Ao descreverem o processo de exclusão da população negra após a abolição da escravidão, as autoras Martins e Luca (2012) salientam a importância da imprensa negra que vinha tratar das questões específicas da população negra:

Assim, seus jornais davam grande destaque ao aspecto social, informando sobre eventos como festas, casamentos e competições esportivas. Procurava-se reforçar os laços de solidariedade racial, valorizar sua condição e lutar contra o preconceito. Nesse sentido, essa imprensa é caracterizada por ser de protesto (IDEM, IBIDEM, 2012, p.119).

A obra que inicia periódicos da imprensa negra surgiu em 1833, com o jornal **O Homem de Cor** segundo os pesquisadores negros Ana Flávia Guimarães Pinto, Oliveira Silveira e Oswaldo de Camargo (ROSA, 2011). Martins e Luca (2012) descrevem também os impressos subsequentes para negros e afirmam que no ano de 1915 surgiu em São Paulo *O Menelick*, “órgão mensal noticioso, literário e crítico dedicado aos homens de cor” (2012, p. 119). Elas completam que os títulos se multiplicavam:

Mais tarde apareceram *O Getulino*, *A Voz da Raça*, *A Sentinela* (1920), *O Alfinete* (1918), *A Rua* (1916). Não raro a alusão à escravidão vinha estampada em títulos como *A Chibata* (1932), *Quilombo* (1948) ou *Senzala* (1946). A maior parte nascia e morria em pouco tempo; os meios de sustentação econômica eram parcos e muitas vezes dependiam unicamente do idealismo de alguns, como Jayme de Aguiar e José Correia Leite, que imprimiam e distribuíam o *Clarim da Alvorada* gratuitamente (IDEM, IBIDEM, 2012, p.120).

Observando o contexto histórico dos primeiros impressos voltados para os negros, são notórios os elementos de distinção entre a imprensa negra e a revista **Raça Brasil**. A imprensa negra investe-se do propósito de luta contra o racismo, em que negros e negras são enunciadores de sua própria história, dominam códigos de produção comunicacional e travam a luta discursiva sobre o racismo no Brasil. Já a revista **Raça Brasil** se diferencia pela viabilidade de projeto editorial por empresa de comunicação não-negra e por seu caráter comercial. Ademais, há limites discursivos, os quais serão mais bem definidos na análise de conteúdo e na análise dos discursos, sobre a enunciação acerca da realidade de negros e negras no país.

3 - O que é raça?

Numa perspectiva de se observar o negro e sua representação no periódico em estudo, faz-se necessário estabelecer definições acerca do ‘verbetes’ raça e procurar discuti-lo quanto ao seu uso na linguagem da revista. No livro **De Preto a Afrodescendente**, Andreas Hofbauer (2010) explica em seu artigo a evolução do conceito de raça e afirma que o conceito se transforma em científico depois do século XVIII. Pesquisadores da época atribuíam raça como um fator que pertencia à geografia ou ao clima que a pessoa estivesse inserida, podendo dessa forma se ter a mudança de cor da pele caso uma população mudasse de região.

A autora explica que é só a partir da segunda metade do século XIX que a “raça” adquire a conceituação de uma “categoria biológica”. Hofbauer continua norteador o conceito e fala de pesquisas feitas por especialistas que visavam esclarecer melhor essa definição de raça e separá-la da atribuição biológica. Assim ela conclui o histórico do verbete onde pesquisadores afastam a raça de uma realidade social que pode separar grupos e defini-los. Porém, as ciências sociais “reconhecendo as desigualdades que se estabelecem e se reproduzem com base no fenótipo das pessoas [...] concordam com a manutenção do termo raça como uma construção social que abrange essas diferenças e os significados a elas atribuídos” (SECAD, 2006, p.222). Porque, segundo esse campo de estudos, esses sentidos embutidos no termo raça “estão na base do racismo” (SECAD, 2006, p.222).

Shohat e Stam (2006) explicam como se dão as construções das “categorias raciais”, que segundo eles estão sujeitas a diversas variações:

As categorias raciais não são naturais ou absolutas: são construções relativas e específicas, categorias narrativas engendradas por processos históricos de diferenciação. A categorização de uma mesma pessoa pode variar com o tempo, o local e o contexto. Também a auto definição subjetiva e a mobilização política podem sabotar definições rígidas (SHOHAT e STAM, 2006, p.46).

Ou seja, segundo os autores, a raça é construída ao longo da história e seus conceitos podem mudar dependendo das situações de dominação de um grupo sobre o outro, segundo Munanga (2004), “a variabilidade humana é um fato empírico incontestável que, como tal merece uma explicação científica. Os conceitos e as classificações servem de ferramentas para operacionalizar o pensamento”. Segundo o autor é nesse sentido que “o conceito de raça e a classificação da diversidade humana em raças teriam servido” (MUNANGA, 2004, p.1).

Apesar de a noção de raça não ter mais ligação com o conceito biológico e sim como um elemento cultural, como assinala a autora e jornalista negra Angélica Basthi (2011), o conceito persiste no pensamento ideológico da sociedade como uma forma de justificar “as relações de poder e dominação”. Ou seja, segundo Basthi “independentemente da aceitabilidade ou não do uso do termo “raça”, os atos de racização permanecem estruturais no país” (IDEM, IBIDEM, p. 35). E esses atos, pontuados pela autora, fundamentam e fazem prevalecer as desigualdades sociais instauradas no Brasil.

4 - Mídia, representação e responsabilidade social

A jornalista Adriana Carranca (2008) afirma que a imprensa possui um papel importante na promoção da visibilidade das pessoas e que pode contribuir para uma sociedade mais justa e igualitária. Para a autora, se a imprensa possibilita o espaço a todos ela permite que as necessidades de todos os membros da sociedade sejam ouvidas. Porém, Muniz Sodré (1999) descreve o desinteresse da mídia em desempenhar esse papel:

A mídia organiza-se empresarialmente, com motivações de lucro e poder semelhantes às de outras iniciativas industriais. Diferentemente da imprensa tradicional, que podia bater-se por causas públicas ou políticas, a mídia contemporânea pauta-se pelos ditames do comércio e da publicidade, pouco interessados em questões como a da discriminação do negro ou das minorias. Os profissionais midiáticos acabam dessensibilizando-se com problemas dessa ordem (SODRÉ, 1999, p.246).

Depreende-se que existe um impasse teórico acerca do jornalismo como representação ou não da realidade, dessa forma pode-se também estudar o periódico em análise e buscar

entendê-lo como instrumento de representação ou construção social. Ou até mesmo, entendê-lo como um veículo que desempenha ambas funções: representar e construir realidades por meio dos discursos propagados.

Um desafio para o jornalista e comunicador está na responsabilidade de retratar a realidade. A revista ao ser passada pelas mãos do editor pode ou não receber suas visões e impressões sobre um fato. Pena explica que “a dificuldade que os jornalistas têm em aceitar que as notícias são o reflexo preciso da realidade seja fruto da ausência de uma observação distanciada da profissão” (PENA, 2012, p. 151). Ou seja, se os profissionais de comunicação não conseguem abandonar suas crenças e culturas eles podem cair na armadilha da interpretação unilateral dos acontecimentos, sem levar em conta a diversidade e as particularidades de cada povo e seus costumes. Assim, um periódico que se dedica ao público negro, teria desse modo que conhecer a realidade desse público, sua história e culturas a fim de noticiá-los com perspicácia.

Perceber a sociedade como agente do processo comunicativo também é importante pelo fato das pessoas serem parte da história e assim moverem as notícias. O desafio, porém, é analisar quem são as pessoas que são ‘permitidas’ a fazer parte da retratação da história. Será que todas as pessoas de todas as raças são noticiadas como parte do processo histórico de um país? Uma possibilidade é que parte das pessoas agentes do processo social sejam mostradas e as outras sejam silenciadas ou discriminadas pela mídia, produzindo assim uma informação incompleta e isolada. Pena fala sobre o uso da escolha dos veículos em considerar ou não opiniões:

Os meios de comunicação tendem a priorizar as opiniões dominantes, ou melhor, as opiniões que parecem dominantes, consolidando-as e ajudando a calar as minorias (na verdade, maiorias) isoladas. Nesse ponto, a teoria da espiral do silêncio aproxima-se da teoria dos definidores primários, pois ambas defendem que a tal prioridade é causada pela facilidade de acesso de uma minoria privilegiada (as fontes institucionais) aos veículos de informação. Assim, as opiniões que parecem consensuais se perpetuam, pois a maioria silenciosa não se expressa e não é ouvida pela mídia, o que leva à conclusão de que o conceito de opinião pública está distorcido (PENA, 2012, p.156).

Partindo do pressuposto de que certos meios de comunicação não dão espaço a todas as pessoas, pode se entender a revista como uma tentativa de se dar voz aos negros que foram historicamente discriminados e promover dessa forma um jornalismo de resistência, que segundo o autor Felipe Pena: “consiste na aplicação prática de preceitos ligados a função social da profissão. Ou seja, resistir a concepção mercadológica de jornalismo” (IDEM,

IBIDEM, p. 168). Cabe, assim, pensar como a revista **Raça Brasil** se insere nessa teia entre comunicação, sociedade e mercado e a sua relação discursiva com o leitorado negro.

4.1 - O racismo e sua incidência na mídia

Segundo o Censo de 2010, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), os pretos e pardos representam 50,07 % da população brasileira. Segundo informações do livro **Mídia e Racismo**, o Brasil é o país com a maior população de negros fora do continente africano. A imprensa tem, entre as suas funções, a responsabilidade de intermediar a circulação de ideias e opiniões da sociedade, conferindo espaço para as diferentes representações e discursos. Porém, com uma breve observação da mídia brasileira, percebe-se a discrepância entre a quantidade de negros no Brasil e sua representação nos suportes midiáticos.

Ao se observar uma banca de revistas, por exemplo, a maioria das pessoas que estampam as capas desses periódicos é branca. E não só em capas de revistas. Na televisão, nas redações, nas agências de comunicação, o que contrapõe à realidade da sociedade brasileira. A jornalista Miriam Leitão (2002) ao refletir sobre como o racismo atua na imprensa, entende que é importante discutir o racismo e pontua que falta espaço para o debate porque o racismo no Brasil é velado. “A minha convicção profunda é que, sim, a mídia é racista, porque o país é racista. A mídia sempre reflete o país. E nós optamos pela pior forma de racismo, o da invisibilidade” (LEITÃO, 2002, p.42).

Do mesmo modo o jornalista Luiz Armando Vaz (2004), em **O Negro na Mídia A invisibilidade da Cor**, propõe que a mídia deve ser discutida e responsabilizada pelos conteúdos veiculados e pelo espaço dado a cada um deles. Aponta que o negro é excluído socialmente, e em decorrência disso, também é excluído midiaticamente. Segundo ele, “[...] estamos sendo, de certa forma agredidos em alguns momentos pela mínima observância desta coisa que é a nossa visibilidade” (SINDJORS, 2004, p.15).

Essa exclusão social do negro se dá nos âmbitos de trabalho, educação e saúde. Um estudo do IBGE realizado em outubro de 2004 aponta essa disparidade: “A pesquisa mostra que a população negra é a maioria dos desempregados, com menor remuneração e menos escolaridade. É a partir daí que a gente chega a este processo de exclusão da mídia” (SINDIJORS, 2005, p.14).

Sueli Carneiro (1995) discute a exclusão do negro brasileiro e sua hierarquização subordinada em relação ao branco, quando afirma que mesmo que o negro tenha algum poder

econômico esse poder não se aplica ao grupo de pertencimento: “[...] os negros que devem o seu sucesso aos seus próprios talentos pessoais são prisioneiros desta perversa dinâmica e veem-se impotentes para transferir o seu prestígio pessoal para o seu grupo racial” (CARNEIRO, 1995, p. 5).

Nesse sentido, Carneiro aponta que a ascensão econômica do negro não resolve o racismo, pois este é um problema que não afeta apenas um negro individualmente, e sim a população negra como um todo. Carneiro contrapõe Joel Rufino dos Santos sobre a questão de que o homem negro ao ascender economicamente prefere se relacionar com mulheres brancas como forma de poder, antes limitado ao branco. Sueli Carneiro explica que essa ascensão e esse suposto empoderamento não é real, na medida em que:

Qualquer homem negro no Brasil, por mais famoso que seja, ou por maior mobilidade social que tenha experimentado, não tem poder real. Não é dono dos bancos, não tem controle de grandes empresas, não tem representação política ou reconhecida importância intelectual e acadêmica. Esses são elementos concretos que investem de poder pessoas ou segmentos em nossa sociedade (CARNEIRO, 1995, p. 4).

Luiza Bairros (1995), em **Nossos feminismos revisitados**, é assertiva sobre a situação discriminatória em que o negro brasileiro se encontra na sociedade, onde “o negro desempregado ou ganhando um salário minguado é visto como o preguiçoso, ou fracassado ou incapaz. O atleta sexual é percebido como um esturpador em potencial e o agressivo torna-se o alvo preferido da brutalidade policial” (BAIRROS, 1995, p.4).

Joel Zito Araújo, em **A Negação do Brasil: O negro na telenovela brasileira**, ao abordar a estética do branqueamento na teledramaturgia do país elenca as desigualdades enfrentadas pela população negra do país, como as refletidas na televisão:

Os interditos do tabu racial, que rejeitam a negritude e promovem a branquitude, com seus modelos de estética e bom gosto calcados nas construções do mundo branco, trouxeram também problemas discriminatórios no meio e na imagem da televisão, semelhantes àqueles existentes em outros espaços das relações sociais, como no mercado de trabalho, em que os homens brancos ganham em média quatro vezes mais que as mulheres negras, e 20,56% das crianças negras de 10 a 14 anos estão precocemente trabalhando, um índice cerca de 50% superior ao das crianças brancas (ARAÚJO, 2000, p. 38).

Silvia Ramos (2002), organizadora do livro **Mídia e Racismo**, entende que a mídia tem um papel fundamental na discussão do racismo no Brasil, porém o grande problema é a falta de espaço dado pelos meios de comunicação ao tema. Quando não dão visibilidade ao negro, silenciam as suas vozes e realidade social. Para ela “discutir as dinâmicas da mídia frente as questões de raça e etnicidade é, em grande medida, discutir as matrizes do racismo

no Brasil. Os meios de comunicação são por assim dizer, um caso-modelo de reprodução das nossas relações raciais” (RAMOS, 2002, p. 8). Diante da exclusão e da invisibilidade dos negros na mídia, cabe pensar como se caracterizam os discursos e a representação negra nos meios de comunicação.

5 - Estereótipos e Etnocentrismo

Sant’ana (2004) define estereótipo como: “uma tendência à padronização, com a eliminação das qualidades individuais e das diferenças, com a ausência total do espírito crítico nas opiniões sustentadas” (SANT’ANA, 2004, p.57). Segundo Pena (2012, p.94), em **Teoria do Jornalismo**, “Estereótipos produzem estereótipos, em um ciclo interminável”. Partindo desse pressuposto, pode se analisar que a revista estudada é uma resposta aos estereótipos estabelecidos na sociedade brasileira e que ao responder a essa questão pode desconstruir as representações já criadas ou reformulá-las de maneira a favorecer a causa negra defendida no periódico. Adriana Carranca (2008) defende que: “Todo cuidado com estereótipos é pouco. As palavras têm o poder de aumentar ou diminuir tensões sociais e étnicas, mesmo que essa não seja a sua intenção”. (CARRANCA, 2008, p.308). Pena (2012) exemplifica os vários estereótipos criados e reproduzidos pela imprensa:

A imprensa produz estereótipos tão estapafúrdios quanto consolidados. Quantas vezes você já ouviu reportagens sobre o ladrão romântico, o herói humilde, o velho de espírito jovem, a vítima da sociedade, a mulher comandante etc., etc., etc. No Brasil, temos o retirante do Nordeste, o gaúcho macho, o mineiro calado e o carioca esperto. Nos EUA, o texano jeca. Em Portugal, o alentejano burro. Na Espanha o galego atrasado. E assim por diante. Uma verdadeira estupidez. (PENA, 2012, p. 95)

Ricardo Alexino Ferreira (2010) constata em seu artigo **A desconstrução do estereótipo nos meios de comunicação social**, que em uma pesquisa desenvolvida em seu doutorado, pela Universidade de São Paulo pode-se perceber o “olhar de afrodescendentes, profissionais de Comunicação Social, sobre os meios de comunicação” e aponta: “Na pesquisa, os entrevistados atribuem às mídias a construção de estereótipos dos grupos minorizados” (BARBOSA, 2010, p. 224).

Depreende-se nesse trecho a importância que os meios de comunicação podem desempenhar na fundamentação e/ou perpetuação de estereótipos, segundo profissionais da área e integrantes de uma minoria, que na verdade, já é maioria no país. No Guia para Jornalistas sobre Gênero, Raça e Etnia Angélica Basthi discute a origem dos estereótipos:

[...] o etnocentrismo é considerado o ponto de partida para a construção de estereótipos e preconceitos. Trata-se de um fenômeno baseado na crença da superioridade de um grupo sobre o outro, seja pelo julgamento a partir de diferentes

hábitos, costumes, comportamentos, valores, crenças, etnias ou raças, seja a partir da localização geográfica, da condição socioeconômica ou da exclusão ideológica (BASTHI, 2011, p.34).

O antropólogo Roque de Barros Laraia (2005) corrobora o conceito de etnocentrismo ao afirmar que: “O etnocentrismo, de fato, é um fenômeno universal. É comum a crença de que a própria sociedade é o centro da humanidade, ou mesmo a sua única expressão” (LARAIA, 2005, p.73). O autor ao descrever estudos sobre processo de formação da sociedade e seu desenvolvimento afirma que:

[...] Desta maneira era fácil estabelecer uma escala evolutiva que não deixava de ser um processo discriminatório, através do qual as diferentes sociedades humanas eram classificadas hierarquicamente, com nítida vantagem para as culturas europeias. Etnocentrismo e ciência marchavam então de mãos juntas (LARAIA, 2005, p.34).

Basthi (2011) aponta as dificuldades que a mídia pode enfrentar na desconstrução de estereótipos: “(...) a mídia tem como um dos maiores desafios superar os padrões normativos e os estereótipos sexistas, racistas e etnocêntricos que prevalecem em seus conteúdos.” (BASTHI, 2011, p. 36). Laraia (2005) explica que esses padrões estabelecidos pela sociedade é fruto de herança cultural desenvolvida através de várias gerações. Essa herança é calcada nos padrões eurocêntricos perpetrados pela mídia. Assim a relação entre mídia e sociedade se movimenta a partir desses padrões e a segmentação nas revistas pode abrir um espaço para a discussão e até mesmo a quebra desses padrões pré-estabelecidos e muitas vezes preconceituosos.

A nossa herança cultural, desenvolvida através de inúmeras gerações, sempre nos condicionou a reagir depreciativamente em relação ao comportamento daqueles que agem fora dos padrões aceitos pela maioria da comunidade. Por isto, discriminamos o comportamento desviante (LARAIA, 2005, p. 67).

A cultura desempenha um papel determinante nas relações de representação social, segundo Laraia. Ou seja, toda a miscelânea de costumes e formas de vida acatadas por uma comunidade acaba por definir as maneiras dessa mesma comunidade e “são assim produtos de uma herança cultural”. E essa comunidade passa a ser percebida como é representada. E esse conjunto de vivências como: “O modo de ver o mundo, as apreciações de ordem moral e valorativa, os diferentes comportamentos sociais e mesmo as posturas corporais, são (...) o resultado da operação de uma determinada cultura” (LARAIA, 2005, p.68).

O autor pontua ainda como essa ‘lente cultural’ e o etnocentrismo podem desencadear conflitos sociais. “O fato de que o homem vê o mundo através de sua cultura tem como

consequência a propensão em considerar o seu modo de vida como o mais correto e o mais natural” (IDEM, IBIDEM, 2005, p. 72-73). Segundo Laraia (2005, p. 75) a “reação oposta ao etnocentrismo” é chamada apatia e foi um comportamento recorrente no período de escravização dos negros. De acordo com o autor os africanos retirados a força de seu continente e levados para um local com “costumes e línguas diferentes” acabavam desmotivados e muitas vezes cometiam suicídio. “Muitos foram os suicídios praticados, e outros acabavam sendo mortos pelo mal que foi denominado de banzo. Traduzido como saudade, o banzo é de fato uma forma de morte decorrente da apatia” (IDEM, IBIDEM, 2005, p.75).

Martiniano J. Silva (1985) explica o histórico da construção estereotipa acerca dos negros ao afirmar que essa “imaginação criativa dos antigos recuperada na Idade Média e no Renascimento” alimentava sempre “os mesmos mitos que faziam da África negra um mundo habitado por monstros, seres semi-homens e semi-animais” (SILVA, 1985, p. 30). Ainda segundo Silva “a cultura islâmica participou também desse trabalho de elaboração **estereotipa**. Assim, em muitos trabalhos deixados por outros autores árabes dos séculos XI e XII os negros africanos são considerados brutos, sem inteligência, sem normas e em leis” (SILVA, 1985, p. 30).

Eduardo Henrique Pereira de Oliveira afirma em *Mídia e Racismo* (2002) que a construção estereotipa sobre as raças nasce de um achismo relacionado a falsos “papéis naturais que indivíduos e grupos devem desempenhar a sociedade”. Segundo Oliveira “precisa ser modificada a imagem decorrente do fato de que a ascensão do negro na mídia está diretamente ligada ao futebol e á música” (RAMOS, 2002, p. 40). Laraia ratifica essa construção deturpada que certas teorias atribuem a grupos étnicos ao abordar os estereótipos dissipados em forma de teorias preconceituosas:

São velhas e persistentes as teorias que atribuem capacidades específicas inatas a "raças" ou a outros grupos humanos. Muita gente ainda acredita que os nórdicos são mais inteligentes do que os negros; que os alemães têm mais habilidade para a mecânica; que os judeus são avarentos e negociantes; que os norte-americanos são empreendedores e interesseiros; que os portugueses são muito trabalhadores e pouco inteligentes; que os japoneses são trabalhadores, traiçoeiros e cruéis; que os ciganos são nômades por instinto, e, finalmente, que os brasileiros herdaram a preguiça dos negros, a imprevidência dos índios e a luxúria dos portugueses (IDEM, IBIDEM, 2005, p.17).

Ao analisar o viés negativo construído sobre os negros no decorrer da história justifica-se a “exigência de imagens positivas” desse grupo, que segundo Shohat e Stam, corresponde “a uma lógica profunda que apenas os mais narcisistas podem se recusar a

compreender. Diante de um cinema dominante que vive de heróis e heroínas, as comunidades “minoritárias” têm todo o direito de exigir representações justas”. (SHOHAT E STAM, 2006, p.289). Nesse sentido a **Raça Brasil** pode desempenhar um papel ‘modelo’ entre os demais periódicos e influenciá-los a incluir os negros em suas edições, possibilitando assim uma representação mais igualitária.

A herança colonial deixou vestígios discursivos capazes de engendrar até hoje estereótipos acerca dos negros. Shohat e Stam afirmam que:

O “negro engraçado” é, em certo nível, apenas um dos exemplos da caracterização circunstanciada do tropo da infantilização. Do mesmo modo, “o mulato trágico” é uma figura baseada no tropo da pureza, no ódio da mistura característico de um certo tipo de discurso racista. Na verdade, muitas das afirmações escandalosamente racistas que são discutidas nos meios de comunicação não são nada menos que retornos a certos discursos colonialistas (SHOHAT E STAM, 2006, p.290).

Assim propor novas formas de abordagem jornalística de modo a desconstruir estereótipos coloniais mantidos até hoje na mídia brasileira é um dos desafios enfrentados pela mídia em geral, e em maior instância a **Raça Brasil**, voltada para os negros brasileiros.

A mídia, como assinala Basthi (2011, p.40) “além de reforçar a crença na suposta incapacidade desses grupos para superação dos problemas que enfrentam, a falta de contextualização contribui para a negação do racismo e prevalência do etnocentrismo no país”. Ou seja, segundo a autora ocorre uma hierarquização das raças em que os brancos são considerados superiores e capazes e os negros são atrelados a valores de inferioridade e subserviência. E isso segundo ela, reflete na mídia:

Em geral, as populações negra e indígena aparecem na mídia como vítimas da pobreza ou da miserabilidade social e/ou criminalizadas na disputa pela terra, como no caso de homens e mulheres quilombolas, sem nenhum debate sobre as circunstâncias históricas dessa condição. (2011, BASTHI, p. 40-41).

Essa abordagem preconceituosa apontada por Basthi e comprovada nos veículos midiáticos brasileiros só reforça a divisão racial do país que de acordo com Gonzalez o Brasil separa em lugares as raças branca e negra (1982):

O lugar natural do grupo branco dominante são moradias amplas, espaçosas, situadas nos mais belos recantos da cidade ou do campo e devidamente protegidas por diferentes tipos de policiamento: desde os antigos feitores, capitães do mato, capangas, etc., até a polícia formalmente constituída. Desde a casa grande e do sobrado, aos belos edifícios e residências atuais, o critério tem sido sempre o mesmo. Já o lugar natural do negro é o oposto, evidentemente: da senzala às favelas, cortiços, porões, invasões, alagados, e conjuntos habitacionais, cujos modelos são os guetos dos países desenvolvidos dos dias de hoje. O critério também tem sido simetricamente o mesmo: a divisão racial do espaço. (IDEM, IBIDEM, p. 15)

Segundo a autora, existe também a forte presença policial no “lugar de negro”, “só que não é para proteger, mas para reprimir, violentar e amedrontar. É por aí que se entende que o outro lugar natural do negro sejam as prisões e os hospícios” (IDEM, IBIDEM, p.15). A revista **Raça Brasil**, por divulgar personalidades negras em suas capas, pode dessa forma, desconstruir esse “lugar natural do negro”, na medida em que expõe pessoas de sucesso que ocupam lugares na sociedade, sobretudo na mídia, carregados de valor e visibilidade.

6 - Discurso e Pertencimento

Em **Pele negra, máscaras brancas**, Frantz Fanon (2008) explica a importância de se estudar o “fenômeno da linguagem” para se compreender a relação do negro com o outro. Ele afirma que falar “é existir absolutamente para o outro.” Ao compreender essas considerações do autor, nesse sentido, pode-se observar que a fala, e o modo pelo qual ela se expressa, que é a linguagem, possibilita uma relação de visibilidade do negro para com o outro. A linguagem é fator indissociável para a vivência em sociedade, é o que explica a autora Tânia Alckimim (2001): “Linguagem e sociedade estão ligadas entre si de modo inquestionável. Mais do que isso, podemos afirmar que essa relação é a base da constituição do ser humano.” (IDEM, IBIDEM, p. 21).

Sendo assim, se a revista em estudo proporciona um espaço de expressão da população negra. Ela poderia ser considerada um elemento de valorização do negro, na medida em que torna-se possível a exposição de sua cultura e por meio de suas editoriais o negro encontra ali um lugar onde sua fala é ouvida? Fanon (2008) acentua que: “Falar é estar em condições de empregar uma certa sintaxe, possuir a morfologia de tal ou qual língua, mas é sobretudo assumir uma cultura, suportar o peso de uma civilização” (IDEM, IBIDEM, p. 33).

Entende-se nesse trecho como a linguagem desempenha um papel fundamental no processo de pertencimento de um povo, no sentido de que ela pode agregar uma organização histórica e cultural afirmativa. Dessa forma, a **Raça Brasil**, pode sim atuar como espaço de visibilidade e legitimação do povo negro, e também como um lugar onde esse povo pode de fato se assumir e se reconhecer, vendo na revista sua história representada e reconhecida.

Fanon aborda o fator reconhecimento amparado na relação de um ser com o outro:

O homem só é humano na medida em que ele quer se impor a um outro homem, a fim de ser reconhecido. Enquanto ele não é efetivamente reconhecido pelo outro, é este outro que permanece o tema de sua ação. É deste outro, do reconhecimento por este outro que dependem seu valor e sua realidade humana. É neste outro que se condensa o sentido de sua vida (FANON, 2008, p. 33).

Pelas palavras do autor depreende-se que, se não existe um reconhecimento de um homem perante o outro ele busca um modelo para se pertencer e encontrar nesse molde, um “sentido” para se viver. Ou seja, se o negro não é reconhecido e valorizado como negro, diante do branco, e o branco em contraponto, é reconhecido, o ‘refúgio simbólico’ para o negro se encontra em buscar seu “valor” em relação aos valores estabelecidos e padronizados pelos brancos. Nessa busca, existe um desencontro causado pelos resquícios históricos negativos carregados pela população negra durante o período colonial em que foram escravizados. Pois, o modelo imposto pelos brancos para o reconhecimento social, possui barreiras sociais aos negros, assim esse reconhecimento torna-se de certo modo inalcançável, ou melhor, distanciado. Darcy Ribeiro descreve o processo de assimilação cultural dos negros após o período escravista:

[...] encontrando-se dispersos na terra nova, ao lado de outros escravos, seus iguais na cor e na condição servil, mas diferentes na língua, na identificação tribal e frequentemente hostis pelos referidos conflitos de origem, os negros foram compelidos a incorporar-se passivamente no universo cultural da nova sociedade (RIBEIRO, 1995, p.115).

Segundo as palavras de Ribeiro, é possível entender que os negros foram ‘obrigados’ a se acostumar com os costumes da sociedade em que foram escravizados, mas de maneira discriminatória em relação aos demais ‘cidadãos’, já que eles não tinham condições de se estabelecer e viviam a margem da população. Outra dificuldade apontada por Ribeiro é sobre a diferença na língua dos negros, posto que foram trazidos de diversos pontos do continente africano e por vezes não falavam o mesmo dialeto dificultando assim a socialização.

Contudo, vale registrar as estratégias de resistência negra na pretensa assimilação das práticas dos brancos como forma de perpetuação de valores africanos, a exemplo das religiões de matriz africana e sociedades secretas. Outro aspecto de ordem estratégica foram as teias de solidariedade negra estabelecidas no espaço de sociabilidade brancas, a exemplo das tecidas nos pequenos ganhos.

A seguir, estão dispostas as capas da revista **Raça Brasil** que integram esta pesquisa, a fim de expor os elementos gráficos, imagéticos e textuais que facilitarão o acompanhamento da presente análise.

Logo após a disposição das capas, o leitor pode visualizar as tabelas construídas por meio da análise de conteúdo e que facilitam o entendimento dos capítulos que seguem.

Ilustração 1 Capa da Revista Raça Brasil, edição 138, publicada em novembro de 2009



Ilustração 2 Capa da Revista Raça Brasil, edição 149, publicada em novembro de 2010



Ilustração 3 Capa da Revista Raça Brasil, edição 160, publicada em novembro de 2011



Ilustração 4 Capa da Revista Raça Brasil, edição 172, publicada em novembro de 2012



Ilustração 5 Capa da Revista Raça Brasil, edição 183, publicada em novembro de 2013



Tabela 1 - Manchetes da edição de novembro de 2009

Cabelo bom/ Cris rock e o dilema do penteado ideal
Casamento Afro
Consciência negra/ Thogun, Luiz Carlos, Rocco e...
Camila Pitanga/ Atriz mãe e militante
“No judiciário a porta é lacrada” / Luizlinda Valóis, a primeira juíza negra do Brasil
Prostituição infanto-juvenil/ O cineasta Joel Zito Araújo expõe este triste universo

Fonte: pesquisa direta, dados extraídos da capa da revista impressa **Raça Brasil** edição 138.

Tabela 2 - Manchetes da edição de novembro de 2010

T. Kaçula/ O samba como instrumento para conscientizar e politizar
Congada/ Legado africano com traços bem brasileiros
Gog e sua rima denúncia/ O rapper e ativista cultural de Brasília mostra suas ideias e letras contundentes
Páginas pretas/ Epsy Campbel: uma das principais ativistas e antirracistas da América Latina
Sepromi faz balanço da igualdade racial na Bahia
Consciência negra/ Atitude, orgulho, cultura e educação na visão de nossos leitores

Fonte: pesquisa direta, dados extraídos da capa da revista impressa **Raça Brasil** edição 149.

Tabela 3 - Manchetes da edição de novembro de 2011

Mostra de cinema nigeriano em São Paulo
Beleza e consciência/ Elas ousaram quebrar barreiras e transgredir os padrões da sociedade
“Zózimo Bulbul/ Precisamos ler mais sobre nossa ancestralidade, nossa história, isso só nos fortalece”
Os manos da Colômbia/ Hip hop vira força política que desafia as armas, usando microfone e pick-up
Umbanda e Candomblé/ Casamentos em espaços sagrados das religiões de matriz africana tornam-se mais frequentes no Brasil

Fonte: pesquisa direta, dados extraídos da capa da revista impressa **Raça Brasil** edição 160.

Tabela 4 - Manchetes da edição de novembro de 2012

Festa de São Benedito: Fé e resistência entre o sagrado e o profano
Na cultura/ “Não quero um pedacinho de bolo, diz Jorge Coutinho”
Na moda/ O charme negro na rodoviária de Brasília
Na TV/ O que há novo em Subúrbia
Na família/ Joyce Ribeiro, a maternidade e o futuro
Consciência e atitude!
Na literatura/ Black faces: em cada olhar, uma história
Nos palcos/ a lírica Mere de Oliveira

Fonte: pesquisa direta, dados extraídos da capa da revista impressa **Raça Brasil** edição 172.

Tabela 5 - Manchetes da edição de novembro de 2013

Os 30 anos da CUT e a questão racial no mercado de trabalho
A simpatia e o bom humor de Cacau! Protásio
Julgamento de aparências/ Famílias miscigenadas ainda sofrem preconceito
Superação/ A história da Ialorixá que se tornou mestra aos 72 anos
Especial: Juventude negra/ os números da violência

Fonte: pesquisa direta, dados extraídos da capa da revista impressa **Raça Brasil** edição 183.

Tabela 6 - Palavras-chave com maior frequência nas chamadas de capa

Edições de novembro dos anos:	2009	2010	2011	2012	2013	Total
1- Consciência/Conscientizar	1	2	1	1	-	5
2- Negra/ Negro	2	1	-	1	1	5
3- Cultura/cultural	-	2	-	1	-	3
4- História	-	-	1	1	1	3
5- Brasil/brasileiros	1	1	1	-	-	3

Tabela 7 - Aferição da frequência das categorias temáticas nas chamadas de capa

Unidades Temáticas	2009	2010	2011	2012	2013	Total
Religião	1	-	1	1	-	3
Comportamento	2	1	1	1	1	6
Política	-	2	-	-	-	2
Mídia	-	-	-	1	1	2
Cultura	1	3	3	4	-	11
Violência	-	-	-	-	1	1
Trabalho	1	-	-	-	1	2

Tabela 8 - Aferição da frequência do tema cultura nas chamadas de capa

Subunidade Cultura	2009	2010	2011	2012	2013	Total
Teatro	-	-	-	-	-	0
Cinema	-	2	2	1	-	5
Música	-	2	1	1	-	4
Literatura	-	-	-	1	-	1
Dança	-	1	-	-	-	1

7 - O discurso de Raça Brasil

Michel Foucault (2012) explica, em *A Ordem do Discurso*, os elementos envolvidos na produção de um discurso. Segundo ele, existem tabus e procedimentos de exclusão pontuados na sociedade que são impostos pelo discurso ou pela sua ausência. “Tudo se passa como se interdições, supressões, fronteiras e limites tivessem sido dispostos de modo a dominar, ao menos em parte, a grande proliferação do discurso” (FOUCAULT, 2012, p. 47). De acordo com o autor, “os discursos devem ser tratados como práticas descontínuas, que se cruzam por vezes, mas também se ignoram ou se excluem” (FOUCAULT, 2012, p. 50).

Cabe aqui pensar que assuntos são abordados e que sentidos são aferidos de tais temas nas capas da Revista **Raça Brasil**. A ausência de análise das chamadas denominadas *E+* na revista se deu porque não se pode compreender o conteúdo de que elas tratam somente pela informação da capa, e como esse trabalho restringe-se a analisar as capas a estratégia metodológica foi excluir da presente pesquisa essas chamadas. A escolha da capa como material de análise justifica-se por ser um elemento de fundamental importância na revista. É na capa que se destaca os temas mais valorizados pelo periódico, bem como é o espaço de maior visibilidade. De acordo com Scalzo:

Uma boa revista precisa de uma capa que a ajude a conquistar leitores os convença a leva-la para casa. “Capa”, como diz o jornalista Thomas Souto Corrêa, “é feita para vender revista”. Por isso, precisa ser o resumo irresistível de cada edição, uma espécie de vitrine para o deleite e a sedução do leitor (SCALZO, 2004, p. 62).

Ou seja, na capa que o leitor percebe os assuntos mais valorizados pelo periódico e é nela que se encontram os códigos e significados que sobressaem hierarquicamente em relação aos conteúdos posteriores. Desse modo, pode-se pensar sobre os desafios discursivos da revista, sobre a temática racial negra numa relação de influência com o leitorado negro e sobre o que pensar e o que dizer sobre a sua condição na sociedade brasileira.

As interdições não tem a mesma forma e não interferem do mesmo modo no discurso literário e no da medicina, no da psiquiatria e no da direção de consciência. E, inversamente, essas diferentes regularidades discursivas não reforçam, não contornam ou não deslocam os interditos da mesma maneira. O estudo só poderá ser feito, portanto, conforme pluralidades de séries onde interfiram interditos que, ao menos em parte, sejam diferentes em cada um delas (FOUCAULT, 2012, p. 63).

Pelas informações de Foucault (2012) infere-se que a análise de discurso exige uma apuração analítica, posto que as formas de interdições são variáveis. A análise de conteúdo serviu de preparação para análise de discurso por meio da categorização das palavras-chave codificadas nas capas da revista em estudo. As palavras com maior frequência identificadas

nas manchetes das edições de novembro de 2009 a 2013 da revista e dispostas na tabela 6 deste trabalho são: Consciência/Conscientizar; Negra/ Negro; Cultura/cultural; História; Brasil/brasileiros.

Infere-se que a frequência maior da palavra consciência refere-se ao mês escolhido para análise das edições. No mês de novembro é celebrado no dia 20 o Dia da Consciência Negra que homenageia também o líder negro Zumbi dos Palmares. Segundo a pesquisadora e jornalista negra Isabel Clavelin da Rosa (2011):

O pesquisador e poeta negro gaúcho Oliveira Silveira (2005) – que revelou juntamente com o Grupo Palmares (CAMPOS, 2006) a data de assassinato de Zumbi dos Palmares, iniciando, em 1971, em Porto Alegre, uma série de comemorações que originaram o Dia da Consciência Negra, em 1978, pelo MNUCDR (Movimento Negro Unificado contra a Discriminação Racial) –, também situa no século XIX, o nascimento da imprensa negra no Brasil, a partir do jornal *O Homem de Cor*, de 1833, editado por Francisco de Paula Brito. (ROSA, 2011, p.58)

Ao interpelar o leitorado negro com a palavra consciência **Raça Brasil** traz a tona significados inculcados em seu sentido que chama a atenção para o leitor no que condiz a sua relação com o “ser negro”. Nas edições de 2010 e 2012, consciência vem acompanhada da palavra atitude. Ou seja, para a revista, não basta ser negro é preciso se conscientizar do que vem a ser negro e ter uma atitude quanto a esse estado social.

Esse apelo da revista fica ainda mais explícito na edição de 2012 quando o sinal gráfico de exclamação é utilizado na manchete: Consciência e Atitude! **Raça Brasil** “grita” ao leitor que é preciso ter consciência e atitude. Palavras atreladas aos significados históricos de repressão ao que o negro foi submetido, quando não podia assumir a sua raça e nem ter orgulho dela. Quando na verdade eram expostos ao embranquecimento social. A pesquisadora negra Lélia Gonzalez (1982) explica como se dá a “ideologia do branqueamento”:

Como se sabe, ela consiste no fato de os aparelhos ideológicos (família, escola, igreja, meios de comunicação, etc.) veicularem valores que, juntamente com o mito da democracia racial, apontam para uma suposta superioridade racial e cultural branca. Vale notar que é justamente por aí, por essa articulação entre o mito e a ideologia, que se deve entender o caráter disfarçado do racismo a brasileira (IDEM, IBIDEM, p.54).

Com o uso dessas “palavras de ordem” **Raça Brasil** defende a legitimação do ser negro e o convida a se conscientizar e assumir sua negritude. O que confronta o ideário racista do embranquecimento cultivado há séculos na sociedade. Conforme corrobora Fanon:

Se ele se encontra a tal ponto submerso pelo desejo de ser branco, é que vive em uma sociedade que torna possível seu complexo de inferioridade, em uma sociedade cuja consistência depende da manutenção desse complexo, em uma sociedade que afirma a superioridade de uma raça; é na medida exata em que esta sociedade lhe

causa dificuldades que ele é colocado em uma situação neurótica. (FANON, 2008, p. 95)

Ainda de acordo com o autor “o negro não deve mais ser colocado diante deste dilema: branquear ou desaparecer, ele deve poder tomar consciência de uma nova possibilidade de existir” (FANON, 2008, p 95). Assim, se a revista consegue difundir o discurso de reconhecimento da negritude aos seus leitores ela possibilita uma nova significação da vivência negra na sociedade. De acordo com Araújo (2000) “a resistência negra ascende nos seus esforços de valorização da sua cultura e no reconhecimento de uma identidade negra”. Mesmo “apesar da persistência da ideia da superioridade do branco e da ideologia da brasilidade, que tendem a inibir qualquer discurso de pertencimento racial e a forçar uma dissimulada opção pelo branqueamento” (ARAÚJO, 2000, p.37).

Com frequência similar a palavra consciência, a palavra negra/ negro, utilizada em 4 das 5 edições analisadas reafirma o compromisso da revista com seu público-alvo. Na edição de 2011 a palavra negra está acompanhada do verbete consciência analisado anteriormente, ou seja, a revista legitima o valor propagado por seu discurso em que os negros e negras devem ter consciência de sua raça.

Essa relação de proximidade com o público-leitor, segundo Scalzo, define revista, que de acordo com a autora: “é um encontro entre um editor e um leitor, um contato que se estabelece, um fio invisível que une um grupo de pessoas e, nesse sentido, ajuda a construir uma identidade, ou seja, cria identificações, dá sensação de pertencer a um determinado grupo” (SCALZO, 2004, p.12).

Com a reprodução dessas palavras em suas capas e sua regularidade na utilização das mesmas, a revista propaga o sentido de reconhecimento ao público-alvo e difunde a ideia de dedicação a esses valores que ela afirma, por meio das equivalências temáticas aferidas nas edições, ser fundamental para real pertencimento ao grupo.

Segundo Foucault: “Deve-se conceber o discurso como uma violência que fazemos às coisas, como uma prática que lhes impomos [...] e é nessa prática que os acontecimentos do discurso encontram o princípio de sua regularidade” (FOUCAULT, 2012, p. 50).

De acordo com o Glossário de Termos e Expressões Antirracistas (2006), a expressão reconhecimento está ligada à luta “pelo direito à diferença dos povos negros”. Ainda segundo o glossário: “A busca pelo reconhecimento é individual e social e o reconhecimento deve ser

praticado pelos indivíduos e pelas instituições” (SECAD, 2006, p.222). Ou seja, *Raça Brasil* reforça e impõe o sentido de reconhecimento aos leitores da revista.

8 - Temáticas levantadas em *Raça Brasil*

Em seguida, destaco temáticas abordadas nas edições da revista **Raça Brasil**, no período entre 2009 a 2013, nas edições de novembro, incorporando o pensamento crítico e analítico na perspectiva do discurso da publicação, frente ao material pesquisado e sistematizado pela análise de conteúdo.

8.1 Mulheres Negras

Ao analisar as personagens de capa, infere-se que 4 são mulheres, enquanto apenas a capa de 2010 traz como personagem de capa um homem. Com a leitura flutuante feita nas edições escolhidas para análise, perceber que a maioria das capas tem como personagem principal mulheres requer uma atenção quanto aos termos que acompanham as chamadas e que posicionamento visual elas ocupam. Levantar o questionamento sobre como a mulher negra está representada é importante na medida em que certos aspectos podem mediar a relação da revista com o seu público. De forma que a mensagem passada é moldada a partir dos signos utilizados e de como eles são utilizados.

Segundo Angélica Basthi no **Guia para Jornalistas sobre Gênero, Raça e Etnia**:

A combinação do sexismo, do racismo e do etnocentrismo na mídia constitui uma violação dos direitos humanos à comunicação e contribui para a manutenção de um Brasil com alto índice de desigualdades e produtor de estereótipos, preconceitos e estigmas sobre as mulheres e, em especial, sobre mulheres negras e indígenas. (BASTHI, 2011, p.14)

Nesse sentido, analisar a presença e a representação das mulheres negras na revista **Raça Brasil** permite aferir um modo de representação que pode ser uma possibilidade de abordagem midiática que desconstrua o padrão estereotipado que se tem das mulheres negras na mídia contemporânea. Conforme evidencia Lélia Gonzalez (1982):

De fato, as últimas pesquisas efetuadas demonstram que, em matéria de mulher chefe de família, a mulher negra tá aí para conferir. (É por aí também que dá para sacar uma das razões pelas quais os negros que “subiram na vida” preferem se casar com mulheres brancas; são mais submissas, também por razões historicamente analisáveis. (...)) Se a gente junta a essa prática uma consciência política, dá para entender porque não só nossos irmãos, mas determinados setores do movimento de mulheres tenham ficado chocados com nossa autonomia e agressividades de mulheres negras. Aliás, é importante ressaltar que agressividades significa “chamar a si”, ou seja, “chamar às falas” (IDEM, IBIDEM, 1982, p. 36-37).

Revistas femininas brasileiras como Cláudia, Boa Forma, Marie Claire, raramente trazem em suas capas mulheres negras. Assim, a *Raça* representa um espaço que proporciona visibilidade às mulheres negras que, de acordo com o livro **Igualdade racial no Brasil: reflexões no Ano Internacional dos Afrodescendentes** (SILVA e GOES, p. 21 2013), representam 33,9% dos desocupados, a maior taxa de desocupação no mercado de trabalho. E são condenadas dessa forma a sub-representação social e consequentemente a invisibilidade midiática.

As revistas femininas citadas acima costumam estampar em suas capas mulheres brancas e com alto poder aquisitivo. Se as mulheres negras são aquelas que ocupam o maior índice de desemprego no Brasil, observados os quadros discriminatórios que lhe são impostos, as chances de estamparem as capas dessas revistas, que trazem “mulheres modelos”, é mínima.

Por isso a **Raça Brasil** caracteriza um objeto importante de análise, na medida em que traz mulheres negras como personagens de capa. Porém cabe aqui esclarecer que *Raça* não foge do padrão das mulheres de sucesso, nas capas analisadas todas as personagens são conhecidas midiaticamente: Camila Pitanga (2009), atriz, Leila Lopes (2011), Miss Universo 2011, Joyce Ribeiro (2012), apresentadora do jornal SBT Brasil, Cacau Protásio (2013), atriz.

O diferencial da revista está no protagonismo negro no qual as mulheres negras ganham espaço. Esse espaço constrói um lugar de visibilidade e permite que a sociedade possa ver os negros, pois segundo Benedita da Silva, em **Mídia e Racismo** “A invisibilidade é um dos maiores instrumentos para perpetuar o preconceito e o racismo no nosso país” (RAMOS, 2002, p. 25). Em **O negro na mídia a invisibilidade da Cor**, a constatação da invisibilidade do negro é corroborada quando se afirma que:

Portanto a ausência/invisibilidade ou a estereotipia do negro, mais adiante, nos meios de comunicação social é uma violência simbólica explícita, e de profundas consequências para o cidadão afro-brasileiro, marginalizado e carente de referenciais valorativos. Ou lhe é imposto um conjunto de imagens, de identidades subalternas e depreciativas, ou poucas imagens de indivíduos excepcionais na ascensão social. (SINDJORS, 2005, p. 68.)

Quando Araújo (2000) reflete a presença do negro na telenovela brasileira, o autor faz um percurso de análise cuidadosa em várias novelas e apresenta os vários estereótipos reafirmados pela dramaturgia, inclusive no que condiz a mulher negra. “As atrizes negras na Tupi tiveram a sua disposição uma variedade de papéis subalternos e de estereótipos, prevalecendo o da empregada doméstica [...]” (ARAÚJO, 2000, p.150).

Araújo assinala em sua pesquisa que “o núcleo negro da novela, além de auxiliar na configuração do espaço da domesticidade, auxilia também na distinção entre outros dois espaços: o mundo dos ricos e o mundo dos pobres” A atriz Cacau Protásio, que estampa a capa da revista na edição de 2013, foi personagem da novela Avenida Brasil do mesmo ano e interpretou o papel de empregada doméstica, revisitando os lugares subalternos e estereotipados destinados aos negros na dramaturgia e reforçando a divisão racial dos espaços, e na novela, segundo Araújo, também marca outra separação que é a econômica.

8.2 Cultura

A partir da aferição temática das capas da revista é possível perceber que o tema que mais incide como manchete é o tema cultura com 11 aferições. Em **Mídia e Racismo**, ao se discutir sobre a importância de se ter o negro em movimento no que condiz à presença dos negros nas artes que utilizam do corpo, como dança e teatro, o texto levanta a questão do espaço ocupado pelos negros na mídia. Assim, a autora reivindica um espaço em que os negros protagonizem a história e não sirvam de figurantes para moldar as narrativas predominantemente brancas.

Como colocamos esses 50% da população brasileira com seu direito ao movimento? Daí vem esse outro questionamento, essa visão, essa missão que colocamos a nós mesmos, de incentivar as práticas de valorização do corpo que são negadas a essa parcela da população brasileira, que eu poderia chamar “os excluídos”, cujo corpo é inviabilizado, cuja presença é inviabilizada. (RAMOS, 2002, p.62)

Sodré (1996) corrobora a importância da cultura negra e do movimento do corpo quando reflete que “na cultura negra o corpo é fundamental. Sobre o corpo se assenta toda uma rede de sentidos e significações” (SODRÉ, 1996, apud SECAD, 2006, p.58). De acordo com o autor “o corpo integra-se ao simbolismo coletivo na forma de gestos, posturas, direções do olhar, mas também de signos e inflexões microcorporais, que apontam para outras formas perceptivas” (IDEM, IBIDEM, p.58).

Nesse sentido, abrir espaço para discussão da cultura pode ser uma ferramenta que possibilite dar visibilidade a essa mobilização negra. Quando a **Raça Brasil** abre uma manchete com a temática cultura, ela abre alternativas de valorização da cultura em que os negros estão presentes e são competentes naquilo que fazem.

Expor o corpo negro de forma positiva como é feita em **Raça Brasil**, que fotografa os personagens negros em suas capas de maneira centralizada e conscientes de seu protagonismo no periódico, desconstrói padrões estigmatizados onde os negros não aparecem em capas de

revista. As imagens que aparecem nas capas das edições analisadas são de personalidades com aparência que exprime tranquilidade em relação ao lugar midiático que elas ocupam. Na revista essas pessoas não são estereotipadas, mas sim usadas como modelos de sucesso para o público-alvo de **Raça Brasil**.

Conforme aponta Lélia Gonzalez (1982), há muito tempo a prática cultural é um fator de resistência e reivindicação do povo negro:

Além da contribuição das entidades culturais, vale ressaltar que as entidades negras de massa, apesar de todas as tentativas de manipulação por parte do Estado Novo, continuaram seu projeto de resistência cultural. E se nos remetemos às escolas de samba, por exemplo, constatamos que sua produção não deixava de expressar a resposta crítica da comunidade negra em face dos dominadores (GONZALEZ, 1982, p. 27).

Ou seja, segundo a autora, os negros se apropriam dos espaços culturais para ali assumir e reafirmar sua negritude. Para além das manifestações culturais, eles assumem uma atitude política de resistência e protesto. Na revista, por exemplo, as chamadas sobre cultura remetem a expressões da cultura negra de afirmação da raça, tais como as palavras: africano, black, ancestralidade, história. Essas palavras relacionam diretamente o discurso da revista ao seu leitorado.

8.3 Política

Em contrapartida a falta de espaço a temas relevantes para compreensão do país como política e economia deixa de colaborar para a discussão de lugares ainda pouco ocupados por negros. O tema economia não foi categorizado por não ser abordado em nenhuma das edições analisadas.

Já o tema política aparece apenas na edição de 2010 com a chamada sobre a ativista Epsy Campbel e outra chamada referente a um balanço feito pela Secretaria de Promoção da Igualdade Racial na Bahia (SEPROMI). A falta do tema política reflete a pouca participação de negros nesse setor. A Câmara dos Deputados, por exemplo, em reportagem veiculada pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC), aponta que menos de 10% dos deputados federais são negros na atual legislatura (2011-2014).

Se o quadro da política excludente for observado por uma revista inclinada ao público negro as possibilidades de manifestações contra esse cenário podem ser maiores do que se não houver visibilidade aos fatos. Pois, como é discutido nesse trabalho e nos autores que permeiam o debate, o racismo como é tratado de forma velada pelos brasileiros não colabora para sua diminuição, pelo contrário, ao firmar o discurso da igualdade é silenciado o direito de

fala daqueles que historicamente foram tratados como diferentes e subalternos numa suposta sociedade de iguais.

Ainda na discussão sobre a quantidade de negros na Câmara dos Deputados e a falta de espaço do tema política nas edições analisadas cabe repensar a questão de que os projetos de lei que competem aos deputados colocar em pauta, votarem e por fim aprovarem depende da visão que os próprios deputados e partidos possuem diante da problemática do racismo e da discriminação. Essa visão tende a ser menos pautada se as cadeiras do parlamento não são diversificadas, sem negros ali a possibilidade de fala e de mecanismos de inclusão desse grupo serem discutidos é mínimo, ou pelo menos dificultado.

8.4 Trabalho

Um ponto fundamental a ser analisado a partir da categorização de conteúdos em destaque nas manchetes do corpus analisado é a pouca abordagem ao termo trabalho, apenas 2 edições colocaram o tema como manchete, mas em nenhuma a manchete é a principal. Entende-se como trabalho a forma pela qual o ser humano pode trocar sua força de trabalho por um pagamento e com isso garantir a sua reprodução na sociedade. Se o direito ao trabalho for negado, aquela pessoa que foi privada ao acesso configurará o quadro dos desempregados e impedidos de subsidiar a sua reprodução.

Ora se vários direitos sociais estão intimamente ligados ao trabalho, como direito ao lazer, ao transporte, a educação de qualidade, a cultura e outros, se o negro não tem espaço no mercado de trabalho todos esses outros direitos lhe são privados. Na III Conferência Nacional de Promoção da Igualdade Racial promovida pela Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial da Presidência da República em 2013, um dos eixos discutidos foi a inserção do negro no mercado de trabalho. Nessa temática os debatedores dissertaram que o racismo funciona como uma ‘cancela’ que permite ou impede a criação de oportunidades.

Racismo é fator de insustentabilidade humana na medida em que funciona como um instrumento de regulação dos direitos e oportunidades de grupos raciais, comprometendo, para os racialmente inferiorizados, a sustentabilidade econômica, social e ambiental. Então, é essencial que os líderes empresariais reconheçam que a eleição patológica da branquitude ou branquitude como padrão privilegiado do humano, faz com que a desigualdade seja marcada pelo pertencimento racial. No mercado de trabalho, sobretudo, isso tem efeitos perversos sobre a empregabilidade e o emprego de mulheres negras, condição para a reprodução da vida e para a efetivação dos demais direitos sociais (SEPP/PR, 2013, p. 38).

Quando em uma revista que se intitula “revista para os negros brasileiros” há a exposição do tema trabalho em evidência é possível dar oportunidade ao leitor de desconstrução de estereótipos racistas acerca da população negra. Uma vez que, observado o

passado escravista inculcado nesse grupo racial, onde era reservado aos negros escravizados serviços que os “brancos não colocavam as mãos”, o pensamento racista herdado da época provoca um entendimento deturpado de que os negros só desempenham certas atividades, boa parte das vezes ligada a força física. “E muito dos estereótipos que continuamos reproduzindo sobre os negros ainda resultam dessas percepções da natureza interior das pessoas” (RAMOS, 2002, p.40).

(...) Precisamos de uma mídia capaz de expor os exemplos para as pessoas verem os inúmeros campos de atividade ocupados com sucesso por negros. Uma mídia capaz também de desmontar o mito que as sociedades capitalistas geram, de que as pessoas vencem sempre pelo seu esforço individual. Então, o juiz negro é visto sempre como resultado de um esforço sobre-humano ou de um ato heroico, pois ele quis estudar, encarou a vida e pronto. Nós nunca acreditamos que o coletivo acaba tendo um peso sobre a vida das pessoas e sobre a sua trajetória individual (RAMOS, 2002, p.40).

E com uma mídia capaz de expor a problemática do racismo de forma realista, a possibilidade da quebra de posições sociais, regidas por fatores de dominação ligados a dinâmica racista praticada no campo do trabalho, é aumentada. Pois, conforme aponta Hasenbalg:

O processo da divisão social do trabalho, regido pelos requisitos de acumulação, cria as posições que são hierarquicamente ordenadas na distribuição de remunerações, seguindo não apenas os critérios estritamente técnicos e econômicos – isto é, as qualificações exigidas para a realização de certas funções produtivas e não produtivas – mas também de acordo com as funções de reproduzir as relações de dominação ideológica e política. (HASENBALG, 2005, p. 106)

Shohat e Stam ao explicarem a problemática que envolve a análise acerca do estereótipo, questionam a ideia errônea da observação de um problema social, como o racismo, explicado a partir de uma ótica individual. O racismo e os estereótipos por ele criados não partem de uma característica individual, mas é fruto de concepções mais amplas da sociedade.

Assim, se há dificuldade de inserção de negros no mercado de trabalho não é problema apenas de uma pessoa especificamente, mas do grupo a qual ela pertence: a população negra. Dessa forma, todo o ciclo de reprodução social é afetado. Se todo o grupo racial em questão encontra dificuldades acima do mérito e de qualificação, o problema deve ser encarado também nesse âmbito do plural e não partir de uma observação individualista.

A premissa oculta da análise do estereótipo é o individualismo, na medida em que o personagem individual – e não as categorias sociais mais amplas (raça, classe, gênero, nação, orientação sexual) – permanece o ponto de referência. A moralidade individual recebe mais atenção do que as configurações de poder (SHOHAT e STAM, 2006, p. 293).

É por meio da constatação de que as dificuldades de acesso dos negros ao mercado de trabalho parte de um problema estrutural compartilhado por todo o grupo racial a possibilidade de propor medidas que facilitem esse acesso é mais próxima. Políticas de ação afirmativa, como as cotas nas universidades, ampliam as chances dos negros em relação aos outros grupos, já que o componente educacional é um grande limitador de acesso a essa parcela da população que é a menos escolarizada segundo dados do Censo IBGE. (IDEM, IBIDEM, p.15)

“As desvantagens históricas tornaram o sucesso difícil para essa parcela da população” (SINDJORS, 2005, p.85). Assim para reverter o quadro de desvantagem dos negros o problema precisa ser pautado pela mídia e discutido a partir dessa visibilidade pelos órgãos governamentais. Pois a forma como o racismo comumente é tratado em nossa população, de forma velada, não colabora para o debate e muito menos proporciona o estudo de medidas que visem resolver o problema.

A revista Raça na edição de 2009, na manchete: **“No judiciário a porta é lacrada”**. **Luislinda Valóis, a primeira juíza negra do Brasil**, ressalta o que pesquisadores do livro **O Negro na Mídia – A Invisibilidade da Cor** afirmam: “A população afro-brasileira tem dificuldades na conquista de profissões de maior prestígio social, no estabelecimento de seus próprios negócios e na ocupação de posições de poder político.” (SINDJORS, 2005, p.85) Informar ao leitor esses embates sofridos é crucial para o debate, porém, como já foi dito essa temática do trabalho só é levantada em 2 das edições analisadas, diminuindo a relevância do tema frente a problemática do racismo perante a população negra.

CONCLUSÃO

Depreende-se, portanto, como resultado dessa pesquisa a constatação de um confronto à mídia tradicional por meio da revista **Raça Brasil** no que tange à representação de negros e negras decorrente de ser publicação dedicada ao público negro. Como componente da mídia comercial voltada ao segmento negro, **Raça Brasil** quebra a falsa convenção de democracia racial brasileira quando cria um espaço de visibilidade negra que é negado na mídia tradicional. A revista concede um lugar de protagonista ao negro, lugar esse que também deveria ser ocupado em outros setores da sociedade. A relevância dessa pesquisa está, portanto, na observação de uma revista pouco vendida atualmente no Brasil, mas que se distingue de outros veículos por dar espaço a um público, que é maioria no país, mas que é minoria, não só nas capas de revista, mas também nas universidades e nos cargos de poder. Mirian Leitão (2002) destaca a importância da produção de trabalhos acadêmicos que discutam o racismo: “Eles estão produzindo material para que o jornalista escreva e trate essa questão não apenas como aquele episódio do elevador em que a pessoa é barrada, mas na forma de uma discussão profunda, como ela deve ser” (LEITÃO, 2002, p. 49).

Conforme aponta Araújo (2000) “**Raça Brasil** pode estar cumprindo o papel de novos intermediários culturais”. Pois segundo o autor a revista é um dos indicadores que “apesar da proliferação de discursos que muitas vezes competem entre si, [...] podemos constatar a visibilidade crescente da identidade negra” (ARAÚJO, 2000, p. 31). Com isso **Raça** abre possibilidades de identificação aos negros, na medida em que seu discurso é positivo sobre esse grupo e difunde também imagens carregadas de valores da negritude, nos segmentos de trabalho situados também em construções positivas, principalmente na mídia.

A revista discute diversas temáticas no que concerne a reprodução social do negro, como as manifestações culturais por vezes negadas aos negros por conta dos fenômenos provocados pela desigualdade racial, tal como desemprego, falta de acesso à educação e à cultura. Na **Raça** o leitor percebe que os negros podem transformar a realidade opressora por meio da consciência plural de que o racismo existe e opera de forma cruel, mas que os negros e negras devem enfrentar esse problema com informação, resistência e atitude.

Com a contribuição de autores comprometidos com a problemática da mídia frente ao racismo foi possível estabelecer uma dinâmica de pesquisa contundente em que se verifica a lacuna da mídia brasileira no que compete a discussão dos mecanismos racistas impetrados na sociedade. Para além da falta de discussão do racismo na mídia, Ramos (2002) aponta que “a

mídia desempenha um papel central e único na produção e manutenção do racismo” (IDEM, IBIDEM, p. 9). Assim é preciso que exista espaço para afirmação do discurso negro, uma vez que “os meios de comunicação são ao mesmo tempo, instrumentos poderosos de criação e veiculação de paradigmas alternativos” (IDEM, IBIDEM, p. 9).

Foi possível perceber com as análises, que os discursos linguísticos e imagéticos proferidos por **Raça Brasil** apontam para o empoderamento negro, na medida em que em suas capas expõem as personalidades negras na disposição frontal, sugerindo a apropriação do espaço midiático que elas ocupam. Assim ela promove uma mudança da imagem estereotipada dos negros e negras comumente reproduzida na mídia em geral, como pode-se verificar no percurso da pesquisa.

A regularidade discursiva da palavra consciência, equivalente também às comemorações do mês da Consciência Negra, reflete no periódico um sentido de responsabilidade no que concerne às inúmeras discriminações sofridas pela raça negra no decorrer da história do Brasil. Em contrapartida a falta, ou pouca incidência de temas como política e economia enfraquece o sentido do empoderamento, posto que essas temáticas são centrais nas relações de mudança da sociedade. Esses silenciamentos impedem o conhecimento e os debates em torno da participação dos negros nesses setores e também evitam que políticas públicas de inclusão do negro nesses espaços de reprodução social sejam discutidas na revista e levadas ao público.

É importante também ressaltar que a concepção de Raça, por ser comercial, a deixa limitada a certos parâmetros não observados em suas capas, como o fato da violência praticada contra a juventude negra, abordada apenas em uma edição e que é um problema grave na sociedade brasileira. Contudo, perceber que as capas só trazem personalidades midiáticas traz a tona também uma discussão de um fator crítico, no sentido de que, por ser um espaço de visibilidade negra, porque não estampar pesquisadores negros, políticos negros e cientistas negros? Essa mudança poderia contribuir ainda mais para o empoderamento no âmbito discursivo destinado aos leitores. Por fim, vários aspectos são fonte de pesquisa nessa revista que pode suscitar distintas análises e promover a discussão sobre racismo e mídia no Brasil, bem como debater formas de superação desse problema.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALKMIN, Tânia Maria. **Sociolinguística**. In: MUSSALIN, Fernanda; BENTES, Anna Christina (orgs.). *Introdução à linguística*. São Paulo: Cortez, 2001.
- ALOÍSIO, Sandro. **Raça Brasil**, São Paulo, Escala, ed. 172, novembro. 2012.
- _____. **Raça Brasil**, São Paulo, Escala, ed. 183, novembro. 2013.
- ARAÚJO, Joel Zito Almeida de. **A negação do Brasil: O negro na telenovela brasileira**. São Paulo: Editora Senac, 2000.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BASTHI, Angélica. **Guia para Jornalistas sobre Gênero, Raça e Etnia**. Brasília: ONU Mulheres; Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ); Programa Interagencial de Promoção da Igualdade de Gênero, Raça e Etnia (Fundo de Alcance dos Objetivos do Milênio, F-ODM), 2011.
- BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia**. Dispositivos sociais de crítica midiática. Local: São Paulo: Paulus, 2006.
- CARRANCA, Adriana. **Dar voz à diversidade**. In: CANELA, G. (org.). *Políticas Públicas Sociais e os Desafios para o Jornalismo*. São Paulo: Cortez Editora, 2008.
- CARRANÇA, Flávio; BORGES, Rosane da Silva. **Espelho infiel: o negro no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2004.
- DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. (orgs.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.
- FANON, Frantz. **Pele negra, máscaras brancas**. Salvador: EDUFBA, 2008.
- FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 2012.
- GOYANO, Jussara. **Raça Brasil**, São Paulo: Escala, ed.138, novembro. 2009.
- _____. **Raça Brasil**, São Paulo: Escala, ed. 149, novembro. 2010.
- _____. **Raça Brasil**, São Paulo: Escala, ed. 160, novembro. 2011.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós- modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.
- HASENBALG, Carlos. **Discriminação e desigualdades raciais no Brasil**. Belo Horizonte: Editora UFMG; Rio de Janeiro: IUPERJ, 2005.
- HOFBAUER, Andreas in BARBOSA, Lúcia Maria de Assunção... et al. (org.) **De preto a afrodescendente: trajetos de pesquisa sobre o negro, cultura negra e relações étnicos-raciais no Brasil**. São Paulo: EdUFSCar, 2010.
- LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: Um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. (orgs.) **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2012.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Orientações e Ações para a Educação das Relações Étnico-Raciais**. Brasília: SECAD, 2006.

MIRA, Maria Celeste. **O leitor e a banca de revistas**. São Paulo: Olho D'Água/ FAPESP, 2008.

MUNANGA, Kabengele. (org.) **História do Negro no Brasil**. Brasília: Fundação Cultural Palmares-MinC, 2004.

MUNANGA, Kabengele. **Uma abordagem conceitual das noções de raça, racismo, identidade e etnia**. 2003. Disponível em: <https://www.ufmg.br/inclusaosocial/?p=59>>. Acesso em: 23 dez. 2013.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2012.

PINTO, Ana Flávia Magalhães. **De pele escura à tinta preta – a imprensa negra no século XIX (1833-1899)**. 197 f. Brasília: UnB, 2006. Dissertação (Mestrado em História), Instituto de Ciências Humanas, Universidade de Brasília, 2006.

RAMOS, Silvia. **Mídia e Racismo**. Rio de Janeiro: Pallas, 2002.

RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro**. São Paulo: Companhia das Letras, 1985.

ROSA, Isabel Cristina Clavelin da. **Racismo em Pauta – A pluralidade confrontada no noticiário da Folha de S. Paulo na década de 2000**. Brasília: UnB, 2011. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Contexto, 2004.

SEPPPIR. **III Conferência Nacional de Promoção da Igualdade Racial – Subsídios para o debate**. Brasília: SEPPPIR, 2013.

SHOHAT, Ella; STAM, Robert. **Crítica da Imagem Eurocêntrica**. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

SINDJORS. **O negro na mídia – A invisibilidade da cor**. Porto Alegre: Sindjors, 2005.

SILVA, Martiniano José da. **Racismo à brasileira: Raízes históricas**. Goiânia: O Popular, 1985.

SILVA, Tatiana Dias; GOES, Fernanda Lira. **Igualdade racial no Brasil: reflexões no Ano Internacional dos Afrodescendentes**. Brasília: IPEA, 2013.

SODRÉ, Muniz. **Claros e Escuros: identidade, povo e mídia no Brasil**. 2. ed. Petrópolis (RJ): Vozes, 2000.



Campus I - QS 07 Lote 01 EPCT, Águas Claras - CEP: 71966-700 - Taguatinga/DF - Telefone: (61) 3356-9000
Campus Avançado Asa Norte - SGAN 916 Avenida W5 - CEP: 70790-160 - Brasília/DF - Telefone: (61) 3448-7134
Campus Avançado Asa Sul - SHIGS 702 Conjunto 2 Bloco A - CEP: 70330-710 - Brasília/DF - Telefone: (61) 3226-8210