

ESPAÇO DO NEGRO NOS JORNAIS IMPRESSOS

INTRODUÇÃO

Nesse trabalho analisamos formas discursivas presentes no discurso midiático brasileiro, em *corpus* constituídos por unidades de informação com personagens negros(as) de jornais impressos paranaenses. A proposição é discutir algumas formas específicas de exclusão do negro(a)¹ que circulam em variados discursos midiáticos brasileiros.

Nas pesquisas sobre a presença de negros(as)² nos jornais impressos nacionais, estudos recentes indicam que esses se encontram ausentes ou sub-representados nesses. Por exemplo, Vaz e Mendonça (2002) apresentaram resultados qualitativos de pesquisa acerca de como os negros aparecem nas fotografias dos jornais impressos *Folha de São Paulo*, *O Globo* e *Estado de Minas* em amostra aleatória do ano 2001, que indicam uma invisibilidade do negro em seções dos jornais relacionadas a posições de poder, como as de Economia, Política e colunas sociais, o que nós interpretamos, entre outras coisas, como parte da hierarquização racial brasileira que considera os traços negros de baixo status para ocuparem essas seções. Segundo Guimarães (1997) o racismo brasileiro que atinge os negros, que é baseado em traços fenotípicos como a cor de pele, acaba por determinar a posição dos indivíduos na hierarquia racial - indivíduos com traços físicos afro seriam socialmente tratados como inferiores, enquanto indivíduos de cor clara tenderiam a ser tratados como de alto status. Vaz e Mendonça (2002) também argumentam que existem exceções, “fendas simbólicas”, ou seja, pontos em que o negro (pouco) aparece nesses espaços de poder. O negro apareceu de forma contundente relacionado ao sofrimento (ex.: reportagem acerca do grande número de miseráveis da capital mineira) e a violência, seja como autor (ex.: reportagens com imagens de negros traficantes), seja como vítima. Enquanto os negros apareceram de forma intensa em espaços de delinquência e quase desapareceram dos pontos de poder, os brancos apareceram tanto em espaços de prestígio social, como maioria esmagadora, como em espaços de delinquência.

Christofoletti e Basso (2007) apresentaram estudo sobre a participação de personagens negros em fotografias nos jornais impressos de Santa Catarina *A Notícia*, *Diário Catarinense* e *Jornal de Santa Catarina*. Como amostra utilizaram 777 edições desses jornais, no período de

¹ Utilizamos o termo negro como equivalente, nesse texto, aos grupos “preto” e “pardo”, como comum na pesquisa brasileira.

² Doravante será utilizado o genérico masculino.

agosto de 2005 a maio de 2006. A presença de negros foi verificada na pesquisa, entretanto essa foi menor que a participação dos negros na população do estado (em que correspondem a 12,5%): foram publicadas 53634 fotos nas edições analisadas, das quais apenas 4995 com negros - a maioria (69,50%) dessas estava nas seções de esporte e cultura/variedades, enquanto que nas seções consideradas nobres, como Economia, Política e Coluna Social, a presença de negros correspondeu a 6,18%. Os resultados dessa pesquisa podem indicar a manutenção de determinadas relações de dominação entre grupos raciais. De acordo com o conceito de ideologia, de Thompson (1995), produções simbólicas³ (como a mídia) de uma sociedade são ideológicas quando atuam de modo a criar ou manter relações de dominação de indivíduos sobre outros, possibilitando acesso a bens materiais e culturais. Thompson (1995) descreve modos gerais em que a ideologia pode operar. Exemplificaremos alguns deles quando apresentarmos os resultados. É importante considerar que esses modos podem atuar (e geralmente atuam) simultaneamente.

MATERIAIS E MÉTODOS

Essa pesquisa está inserida em trabalho que tem como objeto organizar fontes para a análise da representação do personagem negro na mídia impressa paranaense. Nesse trabalho organizamos um banco de dados que tem como fonte três jornais impressos de circulação na grande Curitiba⁴. Na leitura completa dos jornais, foram selecionadas e arquivadas em categorias pré-determinadas as unidades de informação que trazem o personagem negro:

- textualmente
- em imagens
- em contextos que se referem à cultura afro-brasileira.

Nesse texto analisamos as unidades de informação referentes ao jornal *O Estado do Paraná* encontradas nas edições do ano de 2006. Utilizamos procedimentos de análise de conteúdo (BARDIN, 1985) para organização e análise preliminar dos dados. A análise quantitativa foi paralela a análise qualitativa com conceitos de hierarquia racial (GUIMARÃES, 1997) e ideologia (THOMPSON, 1995).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A tabela seguinte sintetiza os dados obtidos na amostra. Foram contadas 2000 unidades de informação no ano de 2006.

³ O caráter simbólico das produções culturais depende do contexto sócio histórico em que estão inseridas - o mesmo acontece com o aspecto ideológico das produções simbólicas.

⁴ São eles: *Gazeta do Povo*, *O Estado do Paraná* e *Tribuna do Paraná*.

Categoria	frequencia	%
comportamento	5	0,25
áfrica	7	0,35
políticas afirmativas	11	0,55
social coluna	20	1
educação	22	1,1
drogas	23	1,15
religião	23	1,15
ambiente	28	1,4
economia e trabalho	35	1,75
direito e justiça	36	1,8
saúde	40	2
mídia	59	2,95
violência	73	3,65
desenhos e quadrinhos	75	3,75
cultura	82	4,1
política	93	4,65
publicidade com negros	181	9,05
esportes	1167	58,35
sem categoria	20	1
total	2000	100

Tabela: – categorias utilizadas e frequência de unidades de informação em cada uma.
Fonte: Tabulações do autor.

Nesse texto optamos por apresentar uma análise das seguintes categorias, para discussão com a teoria e com a literatura: esportes, publicidade, política, cultura, educação e políticas afirmativas.

A categoria com mais unidades de informação foi esporte. Das 2000 unidades de informação, 1167 (58,35%) pertencem a essa categoria. Esses resultados são similares aos encontrados por Christofolletti e Basso (2007). Provavelmente a presença de negros nos jornais analisados pelas duas pesquisas, tanto em imagens quanto textualmente, resulta da valorização do esporte (principalmente futebol) em nosso país. Guimarães (1997) afirma que em certos setores sociais, como o esportivo, os negros são encontrados com maior frequência. Acreditamos que a superexposição de negros nas colunas futebolísticas, combinada com a subexposição desses em outras colunas (principalmente as relacionadas as profissões mais intelectualizadas) age de forma a reificar (THOMPSON, 1995) espaços ocupados por negros (e em consequência por brancos) na sociedade brasileira.

Publicidade (9,05%) e política (4,65%) ocuparam o segundo e o terceiro lugar no número de unidades de informação, respectivamente. Em análise qualitativa, pudemos observar que as publicidades que traziam negros muitas vezes traziam esses em contextos grupais, com personagens brancos, formando a diversidade racial exigida nas peças publicitárias de empresas estatais – as exceções a participação em grupo foram publicidades de produções cinematográficas dos EUA. Em política observamos aspecto similar: muitas vezes políticos negros apareciam em imagens junto de

outros políticos brancos – a não ser as unidades de informação com políticos negros estrangeiros, tanto dos EUA (representados muitas vezes por uma mulher, a então braço direito da presidência Condoleezza Rice) quanto da África, o que pode indicar a “fenda simbólica” da pesquisa de Vaz e Mendonça (2002). No caso dos políticos brasileiros, apesar de estarem presentes nas fotografias que acompanhavam os textos jornalísticos poucas vezes os políticos negros tinham voz nesses textos. Acreditamos que essa situação acaba por auxiliar na distribuição de poder na sociedade brasileira – a produção simbólica acerca dos políticos nacionais acaba por agir de maneira ideológica (THOMPSON, 1995).

Em cultura (4,1%) a presença de negros geralmente foi consequência da participação de músicos negros, o que acaba por reforçar o estereótipo do negro músico. Por outro lado a cultura largamente influenciada pelos negros foi destacada em alguns momentos, como as manifestações do carnaval. Vale dizer que o carnaval foi um exemplo de manifestação cultural apresentado muitas vezes como uma manifestação da cultura nacional – do brasileiro como um todo -, o que pode ser uma estratégia ideológica da unificação de diferenças culturais como se fossem iguais de modo a impedir divisões.

A categoria violência (3,65%) contou com unidades de informação em que personagens negros apareciam, via de regra, como bandidos algemados e exibidos pela polícia ou como corpos estendidos no chão, vítimas de assassinatos ocorridos na maioria das vezes na Região Metropolitana de Curitiba. Descrições textuais de criminosos procurados também foram encontradas – tais descrições evitavam usar o termo negro, preferindo descrever os criminosos como morenos. Os dados encontrados na categoria violência parecem similares aos encontrados por Vaz e Mendonça (2002) quando descrevem a presença de negros em espaços de delinqüência. A apresentação de negros em casos como esse acaba por auxiliar na manutenção da hierarquização racial presente na sociedade brasileira: é “normal” encontramos negros nessas reportagens. O uso do termo moreno na parte textual, combinado com um retrato falado (imagem), pode estar relacionado a uma das estratégias ideológicas da dissimulação, que oculta processos sociais existentes, pois destacar a cor do personagem como negra poderia significar admitir as desigualdades raciais existentes – ainda que a imagem apresentada seja a de um negro. O da imagem pode estar relacionado a uma das estratégias da fragmentação: as relações de dominação são mantidas trazendo a tona o exótico (no caso, a cor de pele) e contribuindo para uma divisão entre os grupos existentes, tomando o outro (o negro) como inimigo a ser enfrentado.

Em educação (1,1%) observamos que os personagens negros muitas vezes eram destacados em contextos de pobreza ou necessitando de amparo social. Não contestamos que parte da população negra do Brasil se encontra nessas situações, tendo acesso ao ainda precário ensino público, mas acreditamos que parte da ainda existente exclusão do negro de áreas de prestígio

acadêmico está relacionada a uma apresentação estereotipada desse nas produções simbólicas, que reifica desigualdades existentes entre negros e brancos, pois na hierarquia racial (GUIMARÃES, 1997) negros são super-expostos em espaços onde supostamente prevalece o corpo, como o futebol e a dança, mas são sub-representados em espaços onde prevalece a razão. Já as ações afirmativas (0,55%), tanto na educação quanto no mercado de trabalho, constantemente foram tratadas como “polêmicas”, o que pode indicar uma busca por uma homogeneidade do brasileiro, algo que a mídia com frequência faz. A apresentação das políticas de ação afirmativa de forma polêmica também pode indicar uma legitimação para apresentar o interesse de alguns como se fosse o interesse de muitos de maneira racional.

CONCLUSÕES

A mídia pode atuar ideologicamente, impedindo o acesso do negro a determinados papéis simbólicos, o que inferimos auxilia na manutenção das desigualdades entre brancos e negros também no campo estrutural, uma vez que legitimaria tais desigualdades. Mas a mídia, assim como outras produções simbólicas, também pode atuar de modo a auxiliar na superação das desigualdades. Mesmo nessa pesquisa encontramos pontos em que os negros são valorizados, p. ex. em determinadas peças publicitárias cinematográficas. É justamente a existência de pontos contraditórios como esse que nos permitem dizer que o quadro pode ser alterado. Acreditamos que denunciar as desigualdades existentes é um primeiro passo para isso.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1985.

CHRISTOFOLETTI, Rogério & BASSO, Marjorie K. J. O preto no branco: democracia midiática no Brasil e presença de negros nas fotos dos jornais. **Estudos em Comunicação**, no2, p. 111-125. Dezembro de 2007.

GUIMARÃES, Antônio S. A. **Racismo e anti-racismo no Brasil**. Tese. Universidade de São Paulo, 1997, 248p.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 1995.

VAZ, Paulo B. F. & MENDONÇA, Ricardo F.. A representação visual do negro no jornal impresso. Trabalho apresentado no NP13 – Núcleo de Pesquisa Comunicação e Cultura das Minorias, **XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação**, Salvador/BA, 04 e 05. Setembro de 2002.