



REFLEXÕES ACERCA DA INFLUÊNCIA DOS DISCURSOS RACISTAS DA PUBLICIDADE NA CONSTRUÇÃO DAS IDENTIDADES RACIAIS DOS ESTUDANTES DA EDUCAÇÃO DE JOVENS E ADULTOS

Rebeca Barreto de Lima Xavier/PMI-PCR – kittagirl@gmail.com¹

RESUMO

Nosso trabalho busca trazer reflexões da influência dos discursos racistas presentes na publicidade brasileira nos processos de construção das identidades raciais dos estudantes da Educação de Jovens e Adultos (EJA), através das suas declarações de padrão racial e na compreensão de seu lugar social. Utilizamos na nossa metodologia a pesquisa qualitativa, com base em Minayo (2002), através das entrevistas semiestruturadas. Analisamos os dados utilizando a análise conteúdo temática baseada em Bardin (2004). Concluimos que a mídia tem influenciado, dentre outros aspectos, na questão estética e na visão do lugar social de brancos e negros, legitimando um lugar secundário e de exclusão para estes, através de seu discurso.

Palavras-chave: Educação de Jovens e Adultos, mídia televisiva, racismo, identidade racial.

ABSTRACT

This work seeks to bring reflections on the influence of racist discourses present in the Brazilian advertisement in the racial identities construction processes of the Educação de Jovens e Adultos (EJA) students, through its statements of racial pattern and in understanding their social place. We used in our methodology qualitative research, based on Minayo (2002), through semi-structured interviews. The data was analyzed using the thematic content analysis based in Bardin (2004). We conclude that the media has influenced, among other aspects, on aesthetics and social place awareness for Caucasians and Afro-descendants, legitimizing a secondary and excluding place for these, through its speech.

¹ Professora de Educação Fundamental da Prefeitura Municipal de Igarassu – PE e da Prefeitura Municipal de Recife -PE. Formada em Licenciatura Plena em Pedagogia – UFPE. kittagirl@gmail.com

Keywords: Educação de Jovens e Adultos, television media, racism, racial identity.

Introdução

Historicamente, a Educação de Jovens e Adultos (EJA) tem se caracterizado com um público que regressa aos estudos que foram interrompidos por fatores socioeconômicos que interferem nas suas trajetórias escolares, implicando na evasão escolar. De acordo com Gomes (2005), o público na EJA é basicamente formado por negros(as), os quais a educação sempre foi negada, e que se configura como uma parcela historicamente excluída.

Nesse sentido, Munanga (1988), afirma que pertencer à raça negra pode não ser compreendido como vantajoso. Desde o processo de colonização na África do Sul, os negros, na história dos colonizadores europeus, passaram a ser vistos como primitivos, inferiores, animais selvagens, monstros, etc.

A mídia, sendo um veículo de ideologias, distorce a realidade, segundo Chauí (1980), as quais se legitimam através de seus discursos. Desse modo, enfatiza a estereotipia do negro, distorcendo quem ele é e qual seu lugar social ou não-lugar (MARTINS, 2010; BARBOSA e SILVA, 2010; ALAKIJA, 2012).

Ao identificarmos que os estudantes dessa modalidade são majoritariamente negros, procuramos saber como a mídia, precisamente os textos publicitários televisivos, poderiam interferir na vida desses estudantes, tal como nos processos de sua auto identificação racial.

Referencial teórico

Raça, racismo e teoria do embranquecimento: contextualização histórica

Iniciamos nossa fala trazendo a concepção de Munanga (1988). Segundo o autor, os colonizadores europeus impuseram sua cultura e sentimento de superioridade para os colonizados da África do Sul, construindo de forma ideológica uma representação da população negra como uma raça inferior.

Gomes (2008) problematiza a construção da superioridade branca e a criação do conceito de raça. Segundo ele, a colonização política e epistemológica fez surgir, ideologicamente um ser desqualificado, com características inferiores e pronto para ser

usado e explorado. Essa produção foi interiorizada de várias formas, surgindo o conceito de raça.

Em contraponto, a negritude configura-se como uma reação dos negros por tudo que os brancos os fizeram. Já o embranquecimento, como traz Munanga (1988) e Fanon (2008), está relacionado com a imposição da cultura do colonizador branco, para o colonizado negro.

Já o racismo, segundo Gomes (2008, p. 22 apud GUIMARÃES, 1999), “consiste num modo específico de “naturalização” da vida social, explicando as diferenças construídas socialmente como se estas fossem naturais”.

Porém, segundo Munanga (1988), o movimento negro, baseado nos preceitos da negritude, vem protestar pelo seu lugar que foi roubado, pela sua voz que foi silenciada, pela sua história e cultura que foi relegada, buscando reconstruir e retomar a afirmação da identidade negra.

Racismo na publicidade brasileira: como se configuram seus discursos

O negro, sendo representado na visão do outro (branco), é visto e tido como um ser estereotipado, legitimado, dessa forma, pelo discurso propagado pela mídia. Fanon (2008) diz que o negro antilhano, na França, era representado em jornais, anúncios publicitários e embalagem de alimentos sempre com um sorriso bobo, como um ser subordinado, “macaqueado”.

No Brasil não foi diferente. “Único veículo eficiente de comunicação de massa do século XIX (...), a imprensa brasileira, apesar de incipiente, também desempenhou um papel importante na construção de uma imagem pejorativa e subalternizada do negro” (MARTINS, 2010, p. 42 apud SCHWARCZ, 2001 p. 57).

Mas, de acordo com Santos (2009) e Alakija (2012), com o advento das novas tecnologias, não é somente o jornal impresso que ficou a cargo de transmitir as informações. Temos as revistas, outdoors, a televisão, a internet, dentre outros meios, que vem desempenhando seus principais papéis inseridos na comunicação social: o jornalismo, a publicidade e a propaganda.

Se aproveitando da dependência que a mídia exerce na sociedade contemporânea, como afirma Alakija (2012), a mesma, utiliza seu poder de persuasão para “manipular” o pensamento dos seus telespectadores (BARBOSA E SILVA, 2010).

Segundo Diogo (2004, p. 11), a população afrobrasileira, entre pardos e pretos tinha o percentual de 44,2%, segundo o PNAD realizado em 1999. Mas, segundo Santos (2009, apud PNAD, 1995), a participação dos negros na publicidade televisiva tem sido irrisória.

Para além da publicidade, essa questão se repete também nas novelas. O documentário de Joel Zito de Araújo, intitulado *A negação do Brasil: o negro nas telenovelas brasileiras* revela que, quando o ator negro ou a atriz negra recebia papéis para atuar nas novelas, geralmente, estavam ligados a escravatura, a papéis de subordinação. Esteticamente, os negros não eram compatíveis com a televisão.

Houve pequenas mudanças, construídas paulatinamente, através da luta do movimento negro, pela luta do seu espaço, até mesmo na mídia, com o intuito de quebrar com esses estereótipos historicamente construídos, além do amplo crescimento do mercado consumidor voltado para população negra, com o aumento do seu poder aquisitivo (ALAKIJA, 2012). Mas, mesmo assim, segundo Santos (2009) e Diogo (2004), a imagem do negro continua sendo associada, mesmo que mascarada e sutilmente, a tudo o que sempre foi associado.

As relações raciais na Educação de Jovens e Adultos

Falar de EJA é, primeiramente, falar de diversidade. Segundo Moura (2011), várias são as questões envolvidas nessa modalidade. Sejam elas socioeconômicas, de gênero, sexualidade, de idade ou raça, interferem diretamente na identidade do público que atende.

De acordo com Ferreira e Camargo (2011, apud PNAD, 1996), o índice de analfabetismo entre pessoas entre 14 e 15 anos é 12% maior em negros do que em brancos, e a evasão escolar é maior entre os afrobrasileiros.

A EJA é constituída, em sua maioria, por pessoas em condições socioeconômicas baixas e por pessoas negras. Foi para esse público que, durante toda a história brasileira, a educação foi negada. De acordo com Moura (2011), os jovens negros e pobres retornam a essa modalidade com o intuito de retomar e concluir os estudos da educação básica, porque, por diversos motivos, tiveram que interrompê-los. E, segundo Gomes (2005, p. 90), “pensar na realidade da EJA hoje é pensar a realidade de jovens e adultos, na sua maioria negros, que vivem processos de exclusão social e racial”.

Pensando nesse público, de acordo com Moura (2011), as práticas educativas em sala de aula devem estar contextualizadas com essa temática, abordando, principalmente a história e a cultura afro-brasileira, até mesmo porque, desde 2003, se tornou obrigatória no currículo oficial da rede de ensino do nosso país. Tomando conhecimento do seu contexto histórico os sujeitos dessa modalidade tem a oportunidade de fortalecer suas identidades raciais.

Metodologia

Nossa metodologia se baseia na pesquisa qualitativa baseada em Minayo (2002).

A pesquisa foi realizada com numa turma do Modulo I de EJA, em uma escola municipal da Região Metropolitana de Recife, situada no município de Igarassu. Nossos instrumentos metodológicos foram as entrevistas semiestruturadas, realizadas com dez alunos.

As perguntas da entrevista remeteram ao padrão racial, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE); ao que os sujeitos entendem sobre racismo; à experiência sofrida ou vista sobre esse fenômeno; e se já o observaram na publicidade televisiva, através da presença (ou não) de negros nesse espaço. As entrevistas também foram gravadas e foram realizadas as transcrições das falas.

A análise dos dados foi realizada através da análise de conteúdo temática, baseada Bardin (2004).

Resultados

As entrevistas possuíam uma questão fechada e quatro abertas. A primeira se referia a como eles se auto identificavam racialmente, utilizando o padrão racial do IBGE. As questões seguintes eram sobre o que eles entendiam sobre racismo; suas experiências diretas ou indiretas com o racismo; se percebiam o racismo nos comerciais televisivos; qual raça/etnia tem maior presença nesses espaços, e se percebiam as diferenças de papéis interpretados por negros e brancos nesses comerciais. As entrevistas foram realizadas com 10 sujeitos, sendo 3 alunas e 7 alunos, de faixa etária entre 29 e 64 anos.

Quanto a auto identificação racial, 1 aluno se denominou com a raça parda, 4 com a raça preta, 1 com a branca, 1 indígena e 3 sem declaração, pois se declaravam como morenos.

Concepções sobre racismo

Implicações no lugar social e no mercado de trabalho

A questão social e econômica estava muito presente nas respostas que os alunos nos deram sobre o que entendiam sobre racismo. Notamos que eles identificavam as consequências do racismo na vida da população negra e relacionavam o racismo com a posição e o lugar social ocupado por negros e brancos na sociedade brasileira como uma relação hierárquica.

Nas firmas, né? São... como é que se diz? Entra mais brancos do que os próprios negros, né? (Aluna 3).

Essa hierarquia é fruto de um construto histórico, desde a colonização na África do Sul, como aponta Munanga (1988), e tal como no Brasil Colonial, em que o racismo esteve arraigado, determinando a posição social do negro e do branco.

Observamos que os alunos compreendiam que o racismo determinava o lugar social do negro, os espaços que ele deve ocupar e em que nível hierárquico isso acontece, determinado, implicitamente, pela cor de sua pele.

Racismo como uma questão estética

A questão racial está diretamente ligada com a questão estética, do belo, identificado com o padrão de beleza do homem e da mulher branca. Vejamos a fala do aluno:

É quando a pessoa tem assim... uma é negra o outro é (branco)... né? Eu acho que a cor melhor que eu acho bonita, eu adoro mesmo é cor preta. (Aluno 2).

O aluno 2 pareceu se identificar mais com a cor negra. Ele se auto identificou como negro e teve um discurso contra o embranquecimento. Ele demonstrou ter orgulho da raça a qual assumiu pertencer.

Vejamos outra fala:

Se você tem um cabelo que não é bonito, ficam logo olhando. “Olha! Lá vem aquela velha, olha pra aí, olha que coisa mais feia! Não tem nem vergonha!” E quando é branco... ah! “Que menina bonita, rapaz! Que bonita aquela galega! (Aluna 9).

O que pudemos perceber na falas cima é que a questão estética interfere na autoestima do sujeito negro em decorrência da supervalorização da estética normativa branca.

Vivências com o racismo

Os estudantes, primeiramente, demonstravam presenciar em falas de pessoas no cotidiano e na televisão.

É chamar o outro de “negro safado”. Pesado (Aluno 7).

Eu vejo na televisão, sempre aparece. (Aluno 10).

Observamos que alguns alunos percebiam o discurso racista também na programação televisiva. Isso demonstra a falta de comprometimento da mídia com a promoção da igualdade racial no país (ARAÚJO, 2000; SANTOS, 2009).

Percebemos que os/as estudantes destacaram as discriminações raciais sofridas na família através dos casamentos inter-raciais.

Minha mãe era bem moreninha, bem pretinha. Aí foi quando disseram que não gostavam dela porque ela era preta e meu pai era branco. Chamavam a gente de “nego” também (Aluno 8).

O racismo, desse modo, interfere na subjetividade do indivíduo, pois ele cresce e se desenvolve, num ambiente, como destaca Fanon (2008), doentio, seja na sociedade ou na família.

A compreensão sobre o racismo na mídia televisiva

Os alunos entrevistados apontaram nessa questão que havia racismo na televisão e isso se manifestava na preferência por atores brancos.

É quando vão fazer comerciais chamam mais brancos do que negros né? Eu acho isso porque são racistas (Aluna 3).

Os estudantes compreendiam que há uma preferência por atores brancos na mídia televisiva, remetendo aos dados apontados por Diogo (2004).

Outro ponto destacado foi a determinação dos papéis de acordo com a raça do ator:

Há mais pessoas brancas. Por causa das cores, né? Que é por causa do racismo. (...) Mais de escravo, né? Trabalhando, é, trabalhando (Aluna 1).

A aluna destacou que geralmente são papéis secundários, reafirmando os dados apresentados por Santos (2009), e como escravos, e papéis subalternos, segundo Araújo (2000), reforçando a estereotipia.

Já o aluno abaixo destacou sua visão sobre a preferência na raça dos atores presentes na programação televisiva:

Mais gente negra... sofrendo racismo. Eles procuram fazer as coisas pra que o povo fale deles, entendeu? Eu acho que eles querem ser mais do que os brancos (Aluno 4).

A fala do aluno se assemelhou com o discurso do mito da democracia racial no Brasil. Esse mito, de acordo com Bento (2002), vem dizer que as relações entre brancos e negros são harmônicas – pela configuração mestiça da população – e que todos tem os mesmos direitos, dependendo do esforço de cada um, ou seja, como uma questão de mérito.

Acreditamos, também, que a fala do aluno 4 tem relação com o discurso do mito da democracia racial, no sentido de um falseamento da realidade, ou seja, uma ideologia (CHAUI, 1980) como se os negros quisessem conquistar seu espaço se impondo, implicando no merecimento ao racismo.

A percepção sobre os papéis interpretados por atores negros e brancos nos comerciais brasileiros

Seis dos/das dez alunos/alunas entrevistados/as (que se declaravam racialmente 3 como pretos, 1 como branco e 2 sem declaração) não conseguiam perceber nenhuma diferença ou pareciam afirmar que não havia diferença entre os papéis de atores negros ou brancos. Três estudantes percebiam alguma diferença, os quais se declaravam 1 como pardo, 1 como preto e 1 como indígena.

Os alunos abaixo percebiam a diferença entre os papéis interpretados nos comerciais televisivos e demonstravam que essa diferença é desigual, ou seja, os brancos sempre interpretam papel de maior prestígio, enquanto os negros têm a representação de trabalhador, ou outros papéis subalternos.

Negro só faz mais papel de negro, né? Pra mostrar o que ele passou o que ele vive sofrendo na vida... né? De mandar no negro, né?(os brancos) (Aluno 6).

Nesse momento percebemos que a aluna teve uma concepção de qual é o papel de negro, não só na mídia televisiva, mas na sociedade em geral, quando disse que “o negro faz mais papel de negro”. Essa visão está legitimada em nossa sociedade e inculcada na subjetividade dos alunos entrevistados.

Considerações Finais

Consideramos importante a discussão sobre os papéis sociais que brancos e negros desempenham na sociedade e como a publicidade televisiva retrata isso em seu discurso, quando isso interfere na vida dos sujeitos que constituem a EJA, sujeitos

negros, desfavorecidos historicamente, e que, muitas vezes, são marginalizados e excluídos.

O processo de embranquecimento está presente na vida desses alunos/as. Podemos perceber isso quando demonstram entender que o que é considerado bonito, agradável, são as características físicas que se aproximam do ideal branco e tomam esse ideal para si. Não só do ponto de vista estético, os/as estudantes da EJA entendem que o lugar social que negros e brancos ocupam são desiguais, e que a mídia naturaliza o lugar de menos prestígio para o negro, influenciando além do seu lugar social, de forma subjetiva, na construção familiar.

Entendemos que a mídia é um espaço de entretenimento, de informação e, principalmente, de formação de opiniões. Mas, observamos que apesar da luta do movimento negro por políticas públicas, leis que favoreçam a população negra, com o aumento da representatividade do negro nesse espaço, pelo acúmulo de capital financeiro por parte desse público e o interesse capitalista da comunicação social de atender essa população, a mídia televisiva tem trabalhado no sentido inverso, reforçando estereótipos sobre o negro.

Concluimos dizendo a importância de discutirmos o papel que a mídia tem na vida dos/das estudantes da EJA, e que esta tem de estar comprometida politicamente com o público negro, reformulando os discursos que propaga, pois estes interferem diretamente na construção das identidades raciais dos sujeitos. Esperamos que esse espaço de comunicação possa um dia se tornar um espelho, como Alakija (2012) se refere, o qual esses/essas alunos/alunas tenham vontade de se olhar e ter orgulho de seu pertencimento racial.

Referências

ALAKIJA, Ana. Mídia e identidade negra. In: BORGES, R. C. S.; BORGES, R. (orgs.). **Mídia e racismo**. Petrópolis. RJ: DP et Alii; Brasília, DF: ABPN, 2012.

ARAÚJO, Joel Zito. **A negação do Brasil**: o negro nas telenovelas brasileiras, 2000 (documentário).

BARBOSA, Eryl Guedes; SILVA, Silvano Alves Bezerra da. Cor e sexo no jornalismo: representações das mulheres negras nas páginas de duas revistas femininas. **Revista da ABPN** v. 1, n. 2 – jul.-out. de 2010, p. 133-156. Disponível em:

<<http://www.abpn.org.br/Revista/index.php/edicoes/article/view/60>>. Acesso em 09/05/2012.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 2004.

CHAUÍ, M. **O que é Ideologia?** São Paulo: Brasiliense, 1982.

DIOGO, Rosália. **Mídia e racismo: ensaios**. Belo Horizonte: Mazza Edições, 2004.

FANON, Frantz. **Pele negra, máscaras brancas**. Tradução de Renato da Silveira. Salvador: EDUFBA, 2008.

FERREIRA, Ricardo Frankllin; CAMARGO, Amilton Carlos. As relações cotidianas e a construção da identidade negra. **Psicol. cienc. prof.**, Brasília, v. 31, n. 2, 2011. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-98932011000200013&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 09/05/2012.

GOMES, I. B. A. A ameaça simbólica das cotas raciais na mídia brasileira: o negro nas telenovelas. **Dissertação de Mestrado**. São Luís. Universidade Federal do Maranhão, 2008. Disponível em <http://www.ppgcsoc.ufma.br/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=46&Itemid=120>. Acesso em 21/10/2012.

GOMES, Nilma Lino. Educação de Jovens e Adultos e a questão racial. In: SOARES, L.; GIOVANETTI, M. A. G. C.; GOMES, N. L. **Diálogos na educação de jovens e adultos**. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

MARTINS, Carlos Augusto de Miranda e. Racismo anunciado: o negro e a publicidade no Brasil (1985-2005). **Dissertação** (Mestrado em Interfaces Sociais da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27154/tde-04042010-182647/>>. Acesso em: 2012-04-23.

MINAYO, M. C. de S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 20 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

MOURA, Dayse Cabral de. Leitura e identidades étnico-raciais: reflexões sobre práticas discursivas na educação de jovens e adultos. **Tese de Doutorado**. Recife. Universidade Federal de Pernambuco, 2011.

MUNANGA, Kabenguele. **Negritude: usos e costumes**. 2ª ed. São Paulo: Editora Ática, 1988.