

ESPAÇOS MUDIÁTICOS E IDENTIDADES: UM ESTUDO SOBRE *RAÇA BRASIL*

MEDIA SPACES AND IDENTITIES: A STUDY ABOUT RAÇA BRASIL

*ESPACIOS DE LOS MEDIOS Y DE LAS IDENTIDADES: UN ESTUDIO DE
RAÇA BRASIL*

Daniele Gross
Doutoranda (ECA/USP),
docente em Comunicação Social
danielegross@danielegross.com.br

Resumo

Este artigo faz uma breve revisão teórica sobre conceitos sociais, tais como estigmas, estereótipos, preconceitos, correlacionando-os às construções identitárias bem como à influência da mídia nessas construções. Apresentamos também resultados parciais de um mapeamento realizado durante pesquisa de mestrado, sobre a revista *Raça Brasil*, publicação mensal dirigida ao público negro.

Palavras-chave: *Raça Brasil*. Estigmas Sociais. Identidade Cultural.

Abstract

This article is a brief review of theoretical social concepts, such as stigma, stereotypes, prejudices, correlating them to identity constructions as well as the influence of the media on those constructions. We also present partial results of a mapping done during MSc Research about Raça Brasil magazine, a monthly publication targeted to black audiences.

Keywords: *Raça Brasil*. Social Stigmas. Cultural Identity.

Resumen

En este artículo se presenta una breve revisión de los conceptos teóricos y sociales, como el estigma, los estereotipos, los prejuicios, y también su correlación con las construcciones de identidad, así como la influencia de estos medios de comunicación en estas construcciones. También se presentan resultados parciales de un mapeo realizado durante la investigación del máster, acerca de la revista Raça Brasil, una publicación mensual dirigida al público negro.

Palabras clave: *Raça Brasil*. Estigmas Sociales. Identidad Cultural.



Esta obra está licenciada sob uma Licença Creative Commons

ANIMUS

Revista Interamericana de Comunicação Midiática
E-ISSN 2175-4977 | v.13 n.25 | 2014 | www.ufsm.br/animus



1 ESTIGMA, IDENTIDADE E MÍDIA

As sociedades atuais têm entre suas características a racionalidade e o avanço tecnológico. Apesar disso, estereótipos e preconceitos ainda são traços marcantes no convívio denominado democrático. A diferença é que, se em meados do século XX, racismo, sexismo, etnicismo e outras formas de preconceito eram demonstradas explicitamente, hoje se tornaram implícitas, camufladas.

Segundo Mazzara (1999), a hostilidade sobrevive de forma mascarada e sutil, adaptada para conviver com os valores universalmente aceitos de tolerância e igualdade. Hoje em dia, diferentemente da década de 60, são poucos os que assumem explicitamente posições de intolerância racial. Um novo racismo manifesta-se das mais diferentes formas, um racismo simbólico, que luta contra as demonstrações em favor das minorias, alegando prejuízos à maioria. Além disso, certas formas de tratamento também são expressões de preconceito: gestos e atitudes, tais como não olhar nos olhos, ou evitar uma proximidade ou contato mais íntimo.

Ao buscar definições acerca de estereótipos, estigmas e preconceitos é comum certa confusão entre seus limiares. E, mesmo depois de estabelecer tais conceitos e fronteiras, dificilmente um será desvinculado do outro. Uma definição teórica pode ser encontrada no Dicionário de Sociologia, em que Allan G. Johnson afirma que o estigma

[...] é um rótulo social negativo que identifica pessoas como desviantes, não porque seu comportamento viole normas, mas porque elas têm características pessoais ou sociais que levam outras pessoas a excluí-las. [...] O estigma também pode ser aplicado a grupos minoritários, [...], cujo único crime consiste simplesmente em fazer parte de uma categoria social estigmatizada. (JOHNSON, 1997, p. 93-94)

Já o estereótipo, termo tomado do processo de impressão gráfica, em que uma única impressão serve para produzir várias cópias idênticas, “é uma crença rígida, excessivamente simplificada, não raro exagerada, aplicada tanto a uma categoria inteira de indivíduos como a cada indivíduo na mesma” (JOHNSON, 1997, p. 93). O autor também diz que os “estereótipos são importantes porque constituem a base do preconceito, que por sua vez é usado para justificar discriminação e atitudes positivas e negativas” (JOHNSON, 1997, p. 93). O preconceito, por sua vez, é atrelado à discriminação: “Em termos gerais, preconceito é a teoria da desigualdade racial, entre outras formas, e discriminação é a sua prática [...], podendo ser positivo ou negativo e é dirigido a membros de um grupo ou categoria social” (JOHNSON, 1997, p. 180).

Goffman (1978) traz que um estigma é uma característica diferente da prevista inicialmente, e pode ser separado da seguinte forma: as abominações do corpo; as culpas de caráter individual e; os estigmas tribais de raça, nação e religião. Em cada um destes tipos de estigma encontram-se as mesmas características sociológicas. Um indivíduo é estigmatizado quando “na relação social cotidiana possui um traço que pode-se impor à atenção e afastar aqueles que ele encontra, destruindo a possibilidade de atenção para outros atributos seus” (GOFFMAN, 1978, p. 14).

Mas, o que faz um indivíduo pensar que é diferente do outro? Começemos pelo fato de que um indivíduo determina “posições-de-sujeito” para outro tomando a si próprio como referência. É assim que os homens fazem em relações às mulheres, os brancos no que se refere aos negros, os cristãos quanto aos judeus, etc. A identidade é determinada pela diferença. E “a diferença é sustentada pela exclusão” (WOODWARD, 2006, p. 9). Para a construção dessas identidades é necessário que se tenha o outro como espelho: somos aquilo que não somos. Uma pessoa só pode afirmar pertencer a uma determinada nacionalidade, porque ela se exclui das tantas outras existentes (SILVA, 2006, p.75)

Este questionamento suscita um outro, a respeito da normalidade; ou melhor dizendo, de uma conceituação do que é normal e do que é anormal. Tal definição se faz importante, visto que é um dos embasamentos na construção da identidade. Mas, afinal de contas, o que é ser normal?

Segundo Goffman, os indivíduos que não se afastam negativamente das expectativas são classificados como normais (1978). Silva (2006), por sua vez, não traz uma definição sobre o que é ser “normal”, mas nos apresenta afirmativas sobre o processo de normalização. Para ele, esse é um processo extremamente sutil, em que o poder se manifesta através da identidade e da diferença. Ao eleger, de forma arbitrária uma identidade específica como padrão, e aplicando a ela apenas características positivas, a normalização é efetivada. As outras identidades, por consequência, são avaliadas e hierarquizadas a partir dessa identidade padrão, recebendo apenas características negativas.

A identidade normal possui uma força homogênea poderosa a ponto de torná-la uma identidade invisível: “É a sexualidade homossexual que é ‘sexualizada’, não a heterossexual”, exemplifica (SILVA, 2006, p. 83).

Ambas as definições de identidade são dependentes, uma não existe sem a outra. É o processo de exclusão e inclusão que se dá através da diferenciação, da comparação. A existência de uma não faria sentido sem a presença do outro.

Woodward (2006, p. 8 e 10) complementa tais abordagens quando explica que identidades diferentes “adquirem sentido por meio da linguagem e dos sistemas simbólicos pelos quais elas são representadas”. A autora explica também que a “construção da identidade é tanto simbólica quanto social”. E complementa:

O social e o simbólico referem-se a dois processos diferentes, mas cada um deles é necessário para a construção e a manutenção das identidades. A marcação simbólica é o meio pelo qual damos sentido a práticas e a relações sociais, definindo, por exemplo, quem é excluído e quem é incluído. É por meio da diferença social que essas classificações da diferença são ‘vivas’ nas relações sociais. [...] Todas as práticas de significação que produzem significados envolvem relações de poder, incluindo o poder para definir quem é incluído e quem é excluído. (WOODWARD, 2006, p. 14 e 18)

A relação entre incluídos e excluídos – ou estabelecidos e *outsiders*, como definem Elias e Scotson (2000) – se dá entre grupos que possuem posicionamentos de poder sobre outros que não os têm. Rotular os que são tidos como inferiores é uma das armas utilizadas pelos integrantes dos grupos dominantes, atribuindo-lhes um valor inferior como humanos.

Elias e Scotson afirmam também que, geralmente, na figuração estabelecidos-*outsiders*, o grupo dominante se auto-intitula como superior, possuidor de um carisma grupal e de virtudes específicas que o tornam humanamente superiores ao grupo dos excluídos (2000, p. 20). Mas tudo tem um preço: para se manter no grupo dos estabelecidos seus membros devem obedecer a todas as normas específicas desse grupo. Infringir tais regras pode resultar em punição ou exclusão, podendo o infrator ser categorizado como um *outsider*.

O que esses autores observaram também, em sua pesquisa em uma pequena cidade da Inglaterra, foi que a superioridade de força dos “estabelecidos” dava-se, em relação aos *outsiders*, principalmente através do alto grau de coesão das famílias, que se conheciam havia duas ou três gerações, enquanto que os *outsiders* eram estranhos entre si. Assim, concluem Elias e Scotson que um dos fatores de maior peso para a manutenção de grupos dominantes é a coesão, a união entre os membros do grupo: “[...] um grupo tem um índice de coesão mais alto do que o outro e essa integração diferencial contribui substancialmente para seu excedente de poder” (ELIAS; SCOTSON, 2000, p. 22).

Outro demonstrativo da desigualdade entre estabelecidos e *outsiders* se dá na mensuração do poder de retaliação entre os grupos. Quando *outsiders* retaliam estabelecidos, estes não se sentem atingidos, a retaliação não surte efeito, não tem poder sobre eles, não significa nada; em resumo: não alcança o objetivo de atingi-los. “Quando eles [os *outsiders*] começam a ser insultuosos, é sinal de que a relação de forças está mudando” (ELIAS; SCOTSON, 2000, p. 27).

A partir da discussão acima sobre estigmas, estereótipos e preconceitos, e levando em conta que a problemática social envolve as relações entre estabelecidos e *outsiders*, há que se considerar a importância da identidade, de como ela é reflexo de uma sociedade e como ela é determinante na construção dos sujeitos.

A própria afirmação da identidade é, em si, um processo de exclusão – concebido através do estabelecimento de diferenças entre os sujeitos. Woodward corrobora tal avaliação: “A identidade, pois, não é o oposto da diferença: a identidade depende da diferença” (2006, p. 40); e reiterada por Tomaz Tadeu da Silva: “Assim como a identidade depende da diferença, a diferença depende da identidade. Identidade e diferença são, pois, inseparáveis”. (SILVA, 2006, p. 75).

A formação das identidades depende das circunstâncias, e surgem em momentos históricos particulares e são muito questionadas. Na explicação de Woodward:

As identidades são fabricadas por meio da marcação da diferença. Essa marcação da diferença ocorre tanto por meio de sistemas simbólicos de representação quanto por meio de formas de exclusão social. [...] Nas relações sociais, essas formas de diferença – a simbólica e a social – são estabelecidas, ao menos em parte, por meio de sistemas classificatórios. Um sistema classificatório aplica um princípio de diferença a uma população de uma forma tal que seja capaz de dividi-la (e a todas as suas características) em ao menos dois grupos opostos – nós/eles [...]; eu/outro (WOODWARD, 2006, p. 39 e 40).

Os sistemas classificatórios, por sua vez, são construídos em torno da diferença e das formas pelas quais essas diferenças são marcadas, e dependem de sistemas sociais e simbólicos.

Identidades e diferenças são, como afirma Silva, “criaturas da linguagem”. O autor explica que é apenas por meio da fala que se institui a identidade e a diferença como tais (2006). E acrescenta que

[...] a natureza da linguagem é tal que não podemos deixar de ter a ilusão de ver o signo como presença, isto é, de ver no signo a presença do referente (a ‘coisa’) ou do conceito. É a isso que Derrida chama de ‘metafísica da presença’. Essa ‘ilusão’ é necessária para que o signo funcione como tal: afinal, o signo está no lugar de alguma outra coisa. [...] Derrida acrescenta a isso, entretanto, a idéia de traço: o signo carrega sempre não apenas o traço daquilo que ele substitui, mas também o traço daquilo que ele não é, ou seja, precisamente da diferença. Isso significa que nenhum signo pode ser simplesmente reduzido a si mesmo, ou seja, à identidade. [...] A mesmidade (ou a identidade) porta sempre o traço da outridade (ou da diferença) (SILVA, 2006, p. 78 e 79).

Ou, tal como nos diz Soares, o homem se transforma em sujeito quando entra na linguagem e se torna *falante*. Sem a linguagem, portanto, não haveria o humano (2003, p. 74).

Tais características são sintetizadas no conceito de *différance* estabelecido por Derrida (1991): o significado é produzido pelo diferimento do signo, nunca sendo completamente fixo ou completo; e também pela diferença relativa a outros signos. E é justamente pelo fato do significado nunca estar presente, que a linguagem tem por característica a indeterminação e a instabilidade (SILVA, 2006). E se identidade e diferença são definidas através da linguagem, ambas são também indeterminadas e instáveis. Resultado de um processo de produção simbólica e discursiva, identidade e diferença são relações sociais e por esse motivo estão sujeitas a relações de poder, não sendo simplesmente definidas, e sim impostas – nas palavras de Silva, que também afirma que ambas não convivem harmoniosamente, lado a lado, em um campo sem hierarquias, mas que são disputadas e que se mantêm em estreita conexão com o poder, não podendo ser caracterizadas como inocentes (2006).

Quando um indivíduo, ou grupo, afirma sua identidade – e o faz através da diferenciação – o processo de inclusão e exclusão é automático, pois para afirmar algo é necessário demarcar fronteiras, fazer distinções, determinar o que é estabelecido e o que é excluído. Como afirma Silva:

Os pronomes ‘nós’ e ‘eles’ não são, aqui, simples categorias gramaticais, mas evidentes indicadores de posições-de-sujeito fortemente marcadas por relações de poder. Dividir o mundo social entre ‘nós’ e ‘eles’ significa classificar. O processo de classificação é essencial na vida social. [...] A identidade e a diferença estão estreitamente relacionadas às formas pelas quais a sociedade produz e utiliza classificações. As classificações são sempre feitas a partir do ponto de vista da identidade. [...] Dividir e classificar significa, neste caso, também hierarquizar. (2006, p. 82).

Se identidade e diferença estão ligadas pelo processo de significação, e a identidade é um significado, ambas podem estar ligadas pelo que a teoria cultural contemporânea conceitua como representação: “Para a teoria cultural contemporânea, a identidade e a diferença estão estreitamente associadas a sistemas de representação” (SILVA, 2006, p. 89).

Mas o que é representação? A ideia clássica de representação apresenta uma definição com duas dimensões: a externa e a interna. A primeira se dá por um sistema de signos. Já a segunda, também classificada por mental, se dá pela representação do que é “real” na consciência. Tal definição não é aceita por alguns teóricos, como os ligados aos Estudos Culturais – entre eles Stuart Hall – que buscaram nessa conceituação uma conexão com uma teorização sobre a identidade e a diferença. (SILVA, 2006). Para estes teóricos, o sistema de representação se dá unicamente como significante, ou seja, como um sistema de signos, sendo

descartada qualquer conotação mentalista ou psicológica. Aqui, a representação abarca todas as constituições atribuídas à linguagem: indeterminação, ambiguidade e instabilidade. Ainda segundo o autor, “É também por meio da representação que a identidade e a diferença se ligam a sistemas de poder. Quem tem o poder de representar tem o poder de definir e determinar a identidade.” (SILVA, 2006, p. 91)

Podemos concluir as acepções acerca da identidade, ainda nas palavras do autor:

Primeiramente, a identidade não é uma essência; não é um dado ou um fato – seja da natureza, seja da cultura. A identidade não é fixa, estável, coerente, unificada, permanente. A identidade tampouco é homogênea, definitiva, acabada, idêntica, transcendental. Por outro lado, podemos dizer que a identidade é uma construção, um efeito, um processo de produção, uma relação, um ato performativo. A identidade é instável, contraditória, fragmentada, inconsistente, inacabada. A identidade está ligada a estruturas discursivas e narrativas. A identidade está ligada a sistemas de representação. A identidade tem estreitas conexões com relações de poder. (SILVA, 2006, p. 97).

No que Stuart Hall (2006) chama de modernidade tardia, a identidade cultural adquire novas características, em que o indivíduo moderno é fragmentado, trazendo à tona uma identidade deslocada e também fragmentada. Por consequência, as concepções acerca de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, deixam de ser referências sólidas para os sistemas classificatórios.

As identidades passam a ter uma possibilidade de hibridismo. Tal característica ameaça a estabilidade e o poder dos grupos dominantes – os estabelecidos. “Na perspectiva da teoria cultural contemporânea, o hibridismo [...] coloca em xeque aqueles processos que tendem a conceber as identidades como fundamentalmente separadas, divididas, segregadas” (SILVA, 2006, p. 87).

Se as identidades tornaram-se instáveis – ou ao menos essa característica hoje é mais perceptível –, isso fez com que alguns teóricos afirmassem a existência de uma crise no que diz respeito a elas. Sobre isso, Hall afirma que as transformações – já citadas acima –

[...] estão mudando nossas identidades pessoais, abalando a idéia que temos de nós próprios como sujeitos integrados. Esta perda de um ‘sentido de si’ estável é chamada, algumas vezes, de deslocamento ou descentração do sujeito. Esse duplo deslocamento – descentração dos indivíduos tanto de seu lugar no mundo social e cultural quanto de si mesmos – constitui uma ‘crise de identidade’ para o indivíduo. (HALL, 2006, p. 9).

E qual a importância da mídia no que se refere a essa crise de identidade? Qual a influência dela nesse processo? Ora, partindo do pressuposto de que nos dias de hoje o acesso

às mídias de todo o globo é extremamente facilitado, esses veículos fazem parte do processo de hibridização da identidade, eles colaboram com a mudança e a miscigenação dos indivíduos, mesmo que este não saia fisicamente do seu local de origem. Assim, a mídia, através de seu discurso, interfere no processo identitário – e por consequência também se insere nos processos relacionais entre estabelecidos e *outsiders*.

Para Charaudeau (2006) “informação, comunicação e mídias” são as palavras que estabelecem o discurso da modernidade. Empiricamente, informação é o ato de transmitir um saber, através de uma linguagem, partindo de alguém que possui esse saber para alguém que, presumidamente, não o possui. Nesse contexto, a linguagem é apontada como um “ato de discurso” (CHARAUDEAU, 2006).

O processo informacional é estabelecido por escolhas. O ato de comunicar, de informar, é antes de qualquer coisa, uma escolha: escolha a respeito do conteúdo, das formas, dos efeitos de sentido – escolhas, nas palavras de Charaudeau, de “estratégias discursivas” (2006, p. 39). Sendo um processo discursivo, não se pode alegar inocência.

O discurso informativo não tem uma relação estreita somente com o imaginário do saber, mas igualmente com o imaginário do poder, [...]. Informar é possuir um saber que o outro ignora (‘saber’), ter a aptidão que permite transmiti-lo a esse outro (‘poder dizer’), ser legitimado nessa atividade de transmissão. [...] Toda instância de informação, quer queira, quer não, exerce um poder de fato sobre o outro. Considerando a escala coletiva das mídias, isso nos leva a dizer que as mídias constituem uma instância que detém uma parte do poder social (CHARAUDEAU, 2006, p. 63)

Se as mídias possuem um poder de influência sobre os indivíduos, um poder social, a criação de estereótipos, estigmas e preconceitos, através dela, também é passível de afirmação. Freire Filho traz ao debate as limitações teóricas e metodológicas que as análises pioneiras apresentaram acerca das distorções e dos estereótipos na mídia.

A construção (ou supressão) de significados, identificações, prazeres e conhecimentos – nos espaços e mercados midiáticos – envolve, necessariamente, a disputa pela hegemonia entre grupos sociais, dominantes e subordinados, com consequências bastante concretas no tocante à distribuição de riquezas, prestígio e oportunidades de educação, emprego e participação na vida pública (FREIRE FILHO, 2005, p. 21).

E que Woodward (2006, p. 17) reitera: “É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos”.

O arcabouço teórico aqui resgatado permite afirmar o quanto as identidades culturais são importantes na construção de uma sociedade, e o quanto a mídia tem influência nesse

processo indentitário. Com isso, os estudos a respeito das mídias e a forma como estes se apresentam nessa construção é de suma importância para a compreensão e o aprimoramento do processo da constituição das identidades em nossa sociedade.

2 TEMÁTICA DE RAÇA

Estudar as mídias, assim como seu processo de construção no que diz respeito às identidades culturais, e por consequência aos estabelecimentos de estigmas, estereótipos e preconceitos, é fundamental para uma compreensão mais aprofundada da formação e do posicionamento das questões culturais e sociais, tais como as que concernem à identidade cultural negra.

Publicação surgida no mercado editorial brasileiro em setembro de 1996, *Raça Brasil* é uma das poucas mídias dirigidas ao negro. Segundo especial comemorativo aos dez anos de publicação (ESPECIAL, 2006), *Raça Brasil* foi alvo de críticas pessimistas à época de seu lançamento e que reprendiam a tentativa de incluir o negro como público da mídia impressa e como consumidor. A abolição da escravatura não trouxe as sonhadas melhorias sociais a esse grupo que, postado como subcategoria da sociedade brasileira, não possuía poder financeiro. Por consequência, como explica Cohen, a mídia negra do período não tinha como se manter.

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 Correa Leite, que imprimiam e distribuíam o *Clarim da Alvorada* gratuitamente. (2008, p. 120)

Assim, não é de se estranhar que essa segmentação tenha tido poucos veículos, sendo raros os que sobreviveram em nosso país: entre 1915 e 1963, foram 36 títulos dedicados à imprensa negra, contabilizando aí jornais e revistas (ESPECIAL, 2006).

Vítimas de grandes preconceitos e estigmas, bem como alvo de muitos estereótipos, os negros, mesmo nos dias atuais, ainda sofrem processos de inferiorização - seja na ocupação profissional, seja no aspecto social.

Um levantamento acerca da divisão de cor ou raça no País, realizado pelo *Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística* (IBGE) nos traz os seguintes números: 8,21% da população brasileira é preta (terminologia usada pelo Instituto) e 43,07% parda, o que gera um total de afrodescendentes de 51,28%, contra 47,76% de brancos (PESQUISA, 2011). E, apesar desse dado estatístico que o mostra como maioria da população, o negro ainda é visto

como uma minoria – sendo tal termo referência a um grupo que apesar de quantitativo, pouca visibilidade tem, seja esta social ou midiática.

Debatida a importância dos espaços midiáticos voltados a determinados grupos, deste ponto em diante, apresentaremos resultados obtidos por meio de um levantamento temático¹ da publicação (GROSS, 2010), desde seu lançamento (setembro/1996) até a edição 139 (dezembro/2009).

De periodicidade mensal, *Raça Brasil* passou por momentos que podem ser interpretados como viés editorial e/ou financeiro, quando não circulou por alguns meses em 2001 (julho, agosto, setembro e novembro), também não sido editada nos meses de janeiro e fevereiro de 2002, quando, a partir de março, passou a circular como bimestral. Tal periodicidade se manteve até janeiro de 2004 (em fevereiro e março deste ano, a revista também não circulou), quando retoma a periodicidade mensal - mantendo-se assim até hoje. Em 2008, entretanto, *Raça* não foi publicada nos meses de junho e setembro.

Para o levantamento realizado, foi estudado apenas o conteúdo jornalístico da publicação, definidos assim pelos conceitos do gênero apresentados por Chaparro (2008), que divide o gênero jornalístico em dois gêneros: o relato e o comentário, que por sua vez são subdivididos em espécies: o primeiro, em narrativas e em práticas; e o segundo em argumentativas (onde o autor classifica o editorial) e em gráfico-artísticas. Nesta divisão, *Raça Brasil* apresenta 88,95%% do gênero relato e 10,49% do comentário. A crônica, que para Chaparro (2008) não pode ser classificada como gênero jornalístico, representa 0,49% da publicação e os 0,06% restantes estão representados por poesia.

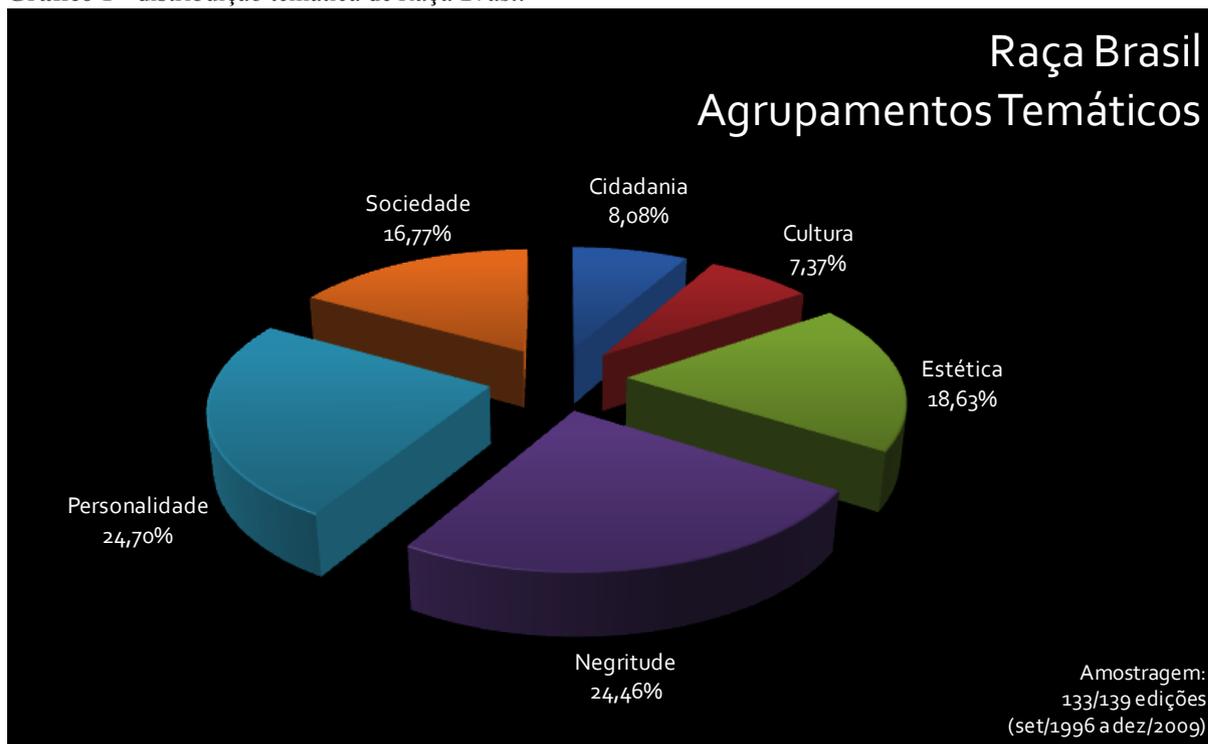
No que diz respeito ao conteúdo temático, as 133 edições analisadas apresentaram ao todo 42 temas. Buscando uma forma de analisá-los em conjunto, agrupamos as dezenas de temas em seis grandes grupos: *Personalidade*, *Negritude*, *Estética*, *Sociedade*, *Cidadania e Cultura*.

Personalidade representa um grupo exclusivo, sendo subdividido apenas em questões que tratam da vida pessoal ou profissional de quem ali é destacado. *Negritude*, por sua vez, traz os temas que debatem quaisquer questões direcionadas a esse grupo étnico; *Estética* debate temas como moda, beleza, cabelos, maquiagem; *Sociedade*, trata de temas sociais;

¹ O mapeamento abrangeu 133 de 139 edições, visto que não tivemos acesso às seis edições de 2003, quando a publicação era bimestral. Entretanto, no que diz respeito aos editores, conseguimos apontar a quantidade de edições que cada um esteve à frente da publicação. Além disso, no que concerne ao mapeamento das capas, por meio de outros estudos, também conseguimos uma análise completa, já que esses proporcionaram acesso às imagens das mesmas. Ainda no quesito capas, vale destacar que foram estudadas 141 capas de 139 edições: em março de 2008 (edição 120), a revista publicou uma edição especial com três capas, em homenagem ao Dia Internacional das Mulheres, mantendo as mesmas manchetes, alterando apenas as pessoas ali presentes.

Cultura debate temas como música, literatura, cinema, etc.; e *Cidadania* questões como educação, política e afins. Ressaltamos que os três últimos grupos elencados debatem tais temas desde que os mesmos não sejam ligados diretamente ao grupo étnico que a revista se dirige. Quando dessa forma, o tema foi classificado no grupo *Negritude*. Isso posto, estatisticamente, os grupos temáticos se apresentam da seguinte forma:

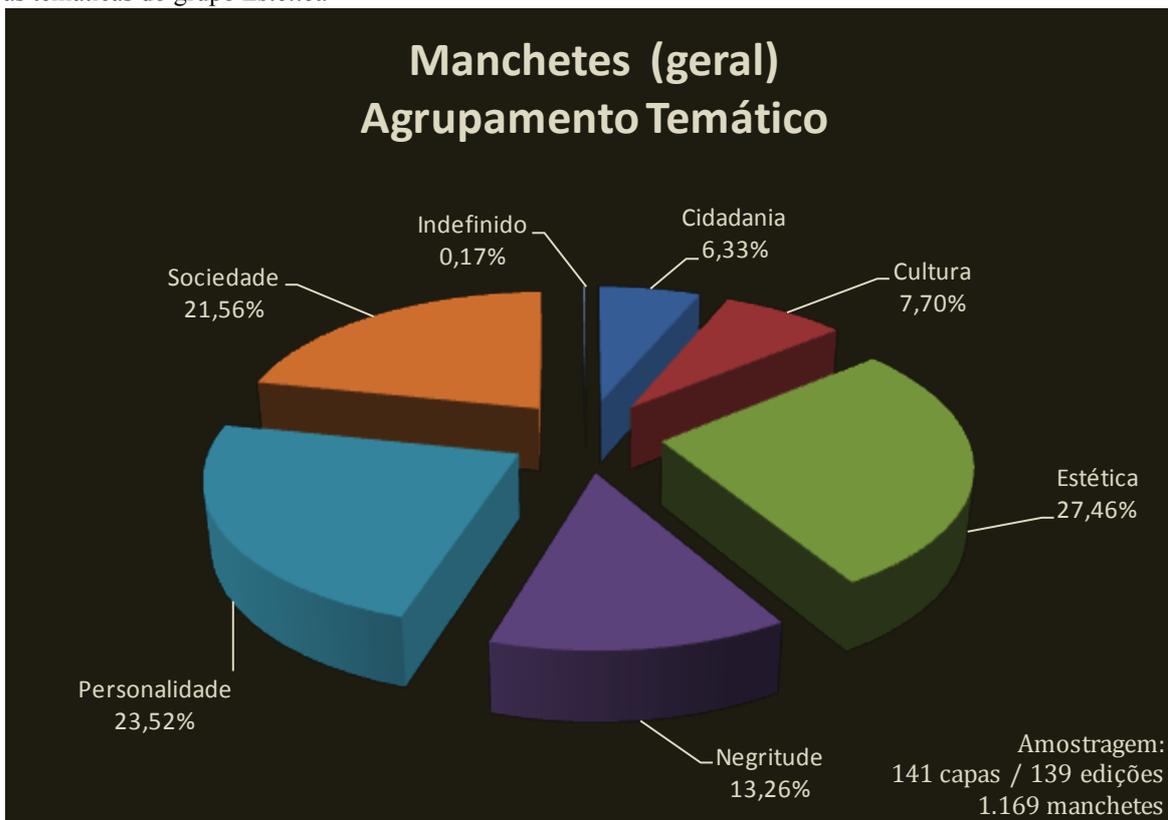
Gráfico 1 - distribuição temática de *Raça Brasil*



Fonte: resultados parciais de mapeamento realizado durante pesquisa de mestrado (GROSS, 2010)

Se em um primeiro momento, acreditávamos que a temática *Estética* seria grande destaque da publicação, visto que as capas de *Raça* enaltecem o tema, ao finalizarmos o mapeamento, nos deparamos com uma representação distinta da hipótese inicial - veja gráfico acima -, tendo o grupo *Negritude* ficado em segundo lugar, estando poucos décimos (diferença de 0,24 ponto percentual) atrás do grupo de maior destaque (*Personalidade*, com 24,70%). Diferentemente de seu conteúdo interno, a publicação tem como grande destaque de suas capas (Gráfico 02) os grupos *Estética* (27,46%), *Personalidade* (23,52%) e *Sociedade* (21,56%).

Gráfico 2 - As capas de *Raça Brasil*, diferentemente dos editoriais da publicação, deram grande destaque às temáticas do grupo *Estética*



Fonte: resultados parciais de mapeamento realizado durante pesquisa de mestrado (GROSS, 2010)

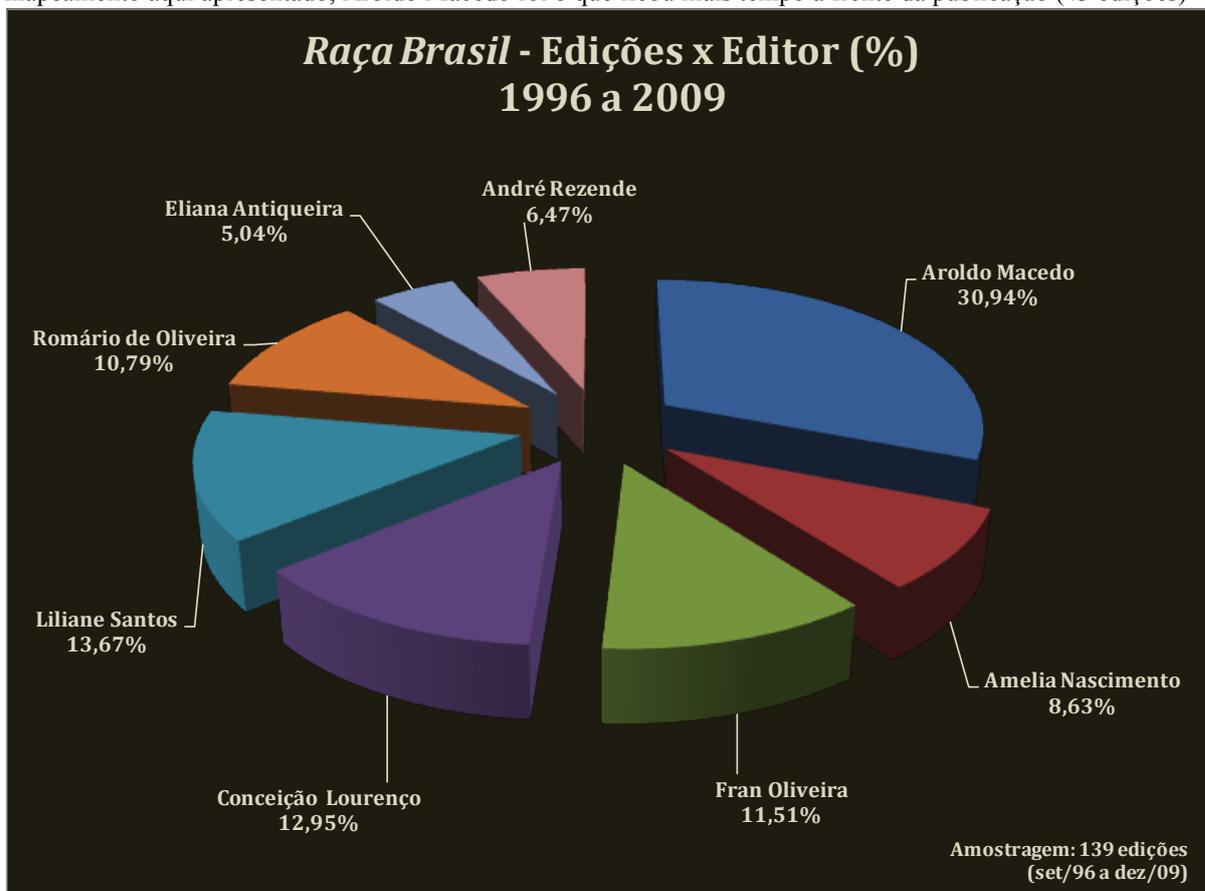
Ao longo de treze anos, *Raça Brasil* também passou pelas mãos de diversos editores (veja Gráfico 03). Dos oito profissionais que assinaram os editoriais no período analisado, dois eram apresentados como diretores de redação. Buscando padronizar a explanação sobre o assunto, trataremos como editor aquele que assina o editorial da publicação.

Tal como a maioria das revistas, *Raça Brasil* tem como tema principal de seus editoriais o conteúdo próprio. Apesar de não ser temática exclusiva, os editoriais da publicação apresentam em seus principais temas – além da já citada autorreferência - a importância da publicação para esse grupo social.

A característica argumentativa (CHAPARRO, 2008) do gênero *Editorial* talvez explique o destaque temático (o grupo Negritude ocupa 75,26% dos editoriais²) em *Raça Brasil*. Outra peculiaridade desse gênero, na mídia revista impressa, é a assinatura do editor-chefe – diferentemente, por exemplo, dos jornais impressos, que não trazem essa autoria explicitada.

² Diferentemente das manchetes, que tiveram temática única, o restante do mapeamento da publicação recebeu temática múltipla. Assim, os 133 editoriais analisados receberam frequência de análise igual a 190.

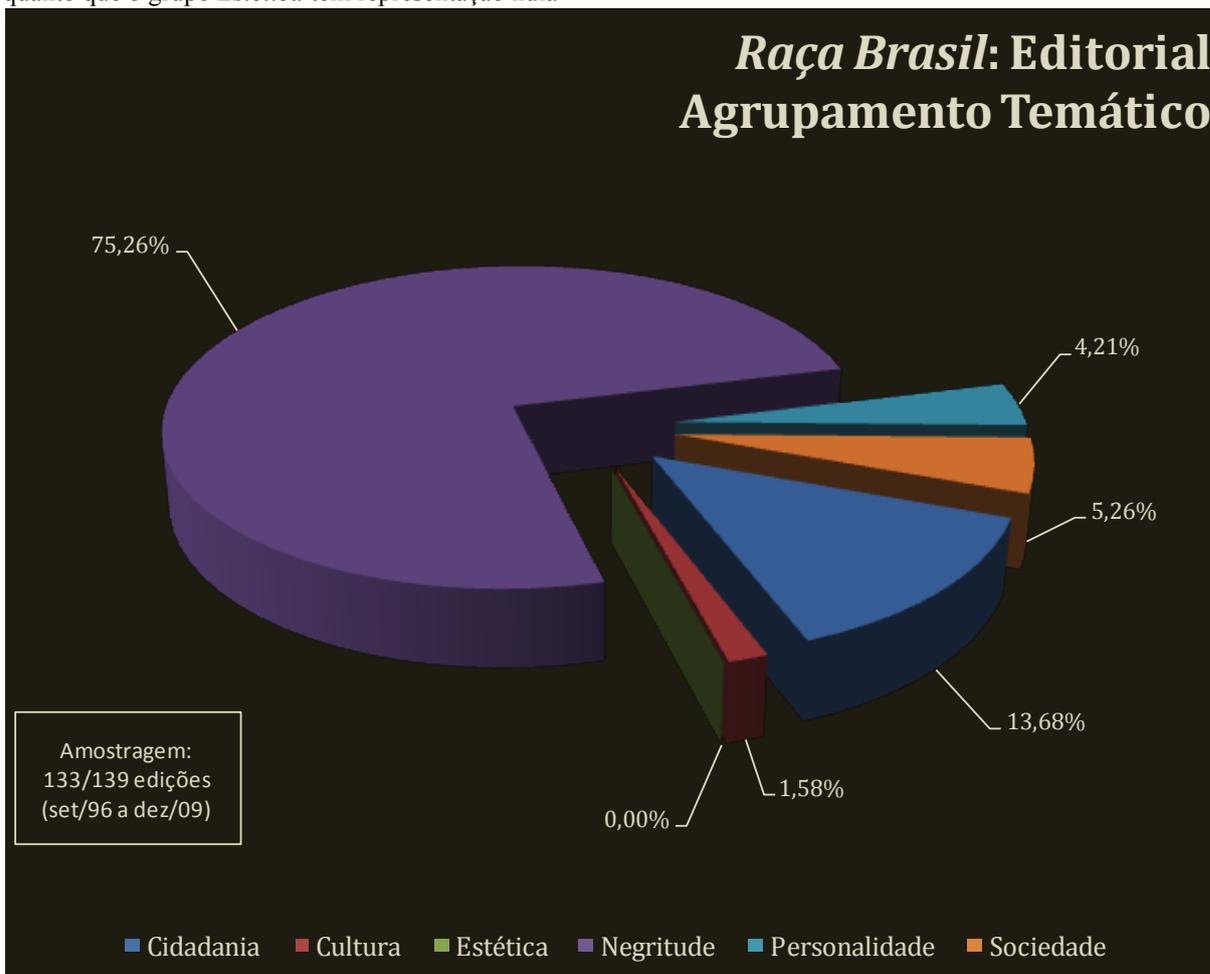
Gráfico 03 - Em 139 edições, *Raça* teve em seu comando oito editores, sendo que até o encerramento do mapeamento aqui apresentado, Aroldo Macedo foi o que ficou mais tempo à frente da publicação (43 edições)



Fonte: resultados parciais de mapeamento realizado durante pesquisa de mestrado (GROSS, 2010)

Além disso, por mais que se tenha a linha editorial da publicação ali subentendida, a explicitação da presença de “uma pessoa” (o editor), falando diretamente com o leitor, dá um atributo autoral ao gênero, conferindo também aos *Editoriais* uma qualidade opinativa – sendo comum que o texto dessa seção traga a opinião do veículo – por meio de seu editor ou corpo editorial (caso dos jornais) – acerca de algum assunto relevante para a sociedade ou para aquele público em específico. Para Charaudeau (2006, p 235), o editorial se exerce sobre um propósito que concerne exclusivamente ao domínio político e social. Por essa temática política, o enunciador é levado a produzir um discurso de opinião e também é instado a emitir essa opinião de maneira argumentada, já que suas palavras expressam a opinião de toda a redação.

Gráfico 4 - Dos 133 editoriais analisados, o grupo *Negritude* é o grande destaque do gênero, em quanto que o grupo *Estética* tem representação nula



Fonte: resultados parciais de mapeamento realizado durante pesquisa de mestrado (GROSS, 2010)

Assim, se o editorial reflete a opinião de toda a redação, da publicação em si, então, torna-se relevante também um apontamento sobre o *ethos*³ que ali se reflete. Maingueneau (2006; 2008a; 2008b) nos traz que todo *ethos efetivo* é formado por um *ethos pré-discursivo* e um *ethos discursivo*. E “[...] mesmo que o destinatário não saiba nada antecipadamente sobre o *ethos* do locutor, o simples fato de um texto pertencer a um gênero de discurso ou a certo posicionamento ideológico induz expectativas em matéria de *ethos*” (MAINGUENEAU, 2008b, p. 60).

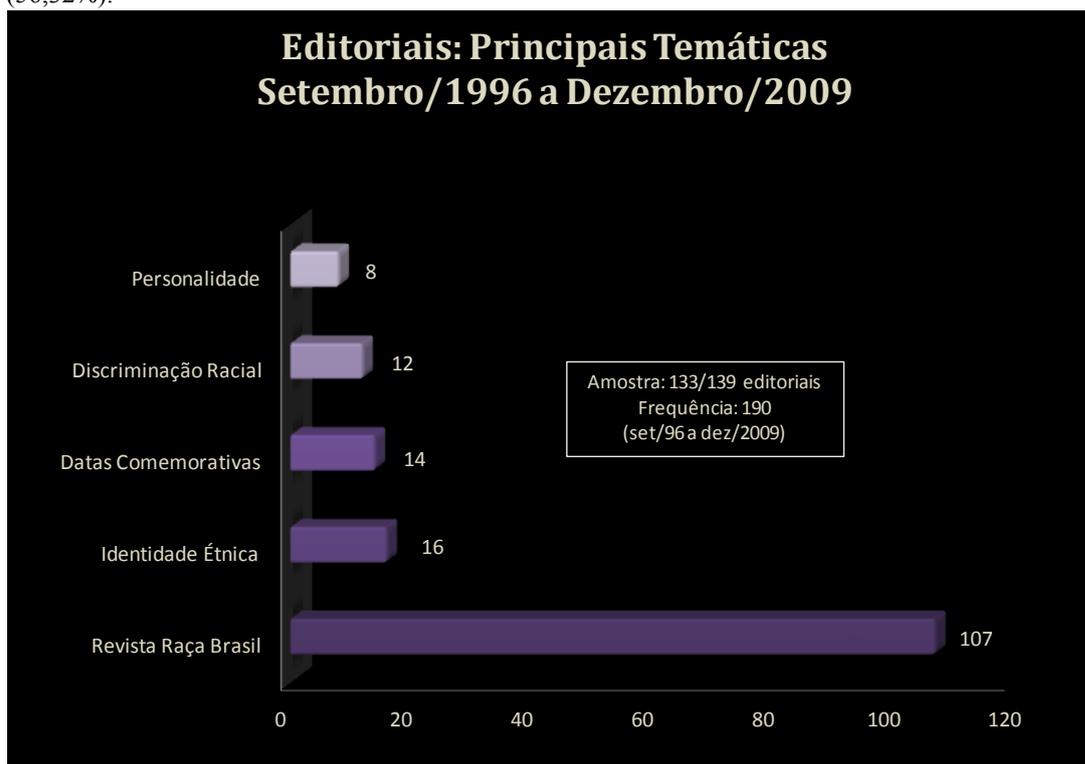
Então, no que diz respeito aos editoriais – um gênero jornalístico argumentativo e opinativo –, é possível afirmar que o leitor espera do enunciador um texto opinativo, com

³ Todo discurso, oral ou escrito, supõe um *ethos*: implica uma certa representação do corpo de seu responsável, do enunciador que se responsabiliza por ele. Sua fala participa de um comportamento global (uma maneira de se mover, de se vestir, de entrar em relação com o outro...). Atribuímos a ele, dessa forma, um caráter, um conjunto de traços psicológicos (jovial, severo, simpático...) e uma *corporalidade* (um conjunto de traços físicos e indumentários) (MAINGUENEAU, 2006, p. 60, grifos do autor).

marcações explícitas, que argumente sobre algum assunto importante para aquele grupo (público da revista) ou para a sociedade em geral. Assim acontece nos jornais, nas revistas informativas e também nas segmentadas. Com isso, não estamos afirmando aqui que toda opinião expressa nos editoriais é carregada de entonação política, social ou econômica, bem como não é obrigatoriamente uma crítica (positiva ou não) sobre ali colocado em pauta. O que se busca é afirmar que o leitor de *Raça*, previamente, espera que o editor da publicação opine sobre algum assunto importante para aquele grupo. Esse é o *ethos pré-discursivo* desse enunciador: alguém articulado, capaz de discutir os mais variados assuntos que digam respeito à comunidade negra.

No que diz respeito à forte presença do grupo *Negritude* nos editoriais, destacamos os cinco principais temas ali elencados (Gráfico 05) para buscarmos, assim, uma melhor compreensão dessa enunciação.

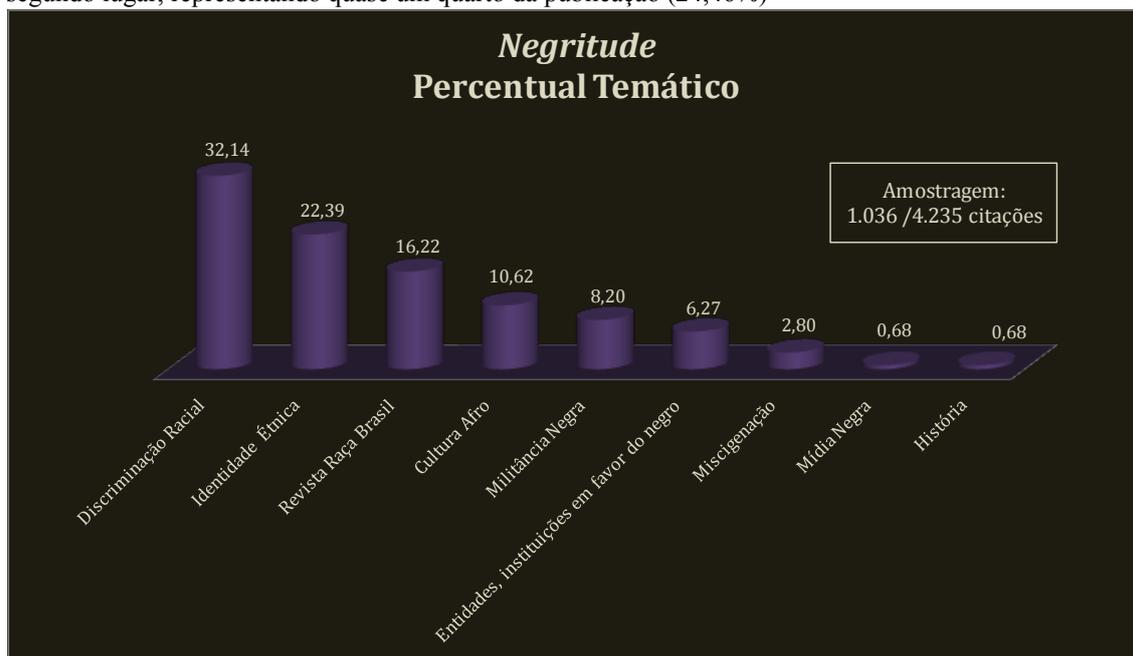
Gráfico 5 - Característica dos editoriais de revista, a autorreferência também aparece em *Raça Brasil* (56,32%).



Fonte: resultados parciais de mapeamento realizado durante pesquisa de mestrado (GROSS, 2010)

Explica-se também o grande destaque da publicação e seu pertencimento ao grupo *Negritude* (Gráfico 06): como *Raça Brasil* pertence à chamada "mídia negra", então, qualquer autorreferência se enquadra nela. Quando analisamos o grupo no todo da publicação, o item fica na terceira colocação (16,22%), sendo ultrapassado pela temática da *Discriminação Racial* (32,14%) e da *Identidade Étnica* (22,39%).

Gráfico 6 - As principais temáticas do grupo Negritude, que na análise geral da revista aparece em segundo lugar, representando quase um quarto da publicação (24,46%)



Fonte: resultados parciais de mapeamento realizado durante pesquisa de mestrado (GROSS, 2010)

3 CONSIDERAÇÕES

Estudos a respeito da mídia permitem constituir um panorama sobre a influência que esta tem sobre a sociedade, os indivíduos que a ela pertencem, assim como a construção de suas identidades. Analisar como suas enunciações são construídas, bem como a forma como elas chegam em seus co-autores/receptores é fundamental para a percepção a respeito de seus efeitos.

Assim, de tudo o que aqui foi exposto, o que se pode observar é que *Raça Brasil* é uma publicação que chega a seu público de forma mais massiva, mas nem por isso deixa de debater as questões importantes a este grupo: se suas capas menos debatem as questões da *Negritude* (13,26%) e se concentram mais na *Estética* (27,46%) e na *Personalidade* (23,52%), – sendo, enfim, pelas questões de moda, cabelo, maquiagem e beleza, somadas às personalidades negras de destaque, que a publicação se vende –, em suas páginas internas, as questões da *Negritude*, tais como *Discriminação Racial* e *Identidade Étnica* se fazem bastante presentes, sendo o grupo temático líder absoluto nos editoriais, com 75,26% – gênero este que sequer trata, em 133 edições, quaisquer temáticas do grupo *Estética* (0%) e pouco valoriza o grupo *Personalidade* (4,21%) – e em segundo lugar, as questões de *Cidadania* (13,68%); como também ao longo de toda a publicação, nos treze anos aqui mapeados, estando o grupo

em questão em segundo lugar, com 24,46%, atrás apenas de *Personalidade*, que aparece com 24,70% - o que pode ser classificado como um empate técnico.

Um discurso que sabe enaltecer questões desse grupo socialmente minoritário, mas que buscou um outro caminho, por meio de uma enunciação massiva - e muitas vezes criticada -, mas que sabe aproveitar o espaço conquistado para debater questões que, apesar de pouco ou não aparecem em suas capas, são enaltecidas em seu conteúdo. Uma fórmula talvez não muito utilizada pelos movimentos sociais, mas que permite que a publicação esteja presente em mercado tão acirrado quanto o editorial, por mais de quinze anos.

REFERÊNCIAS

CHAPARRO, Manuel. *Sotaques d'aquém e d'além mar: travessias para uma nova teoria de gêneros*. São Paulo: Summus Editorial, 2008.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2006.

COHEN, Ilka Stern. *Diversificação e segmentação dos impressos*. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de (orgs.). *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo, Contexto, 2008.

DERRIDA, J. *Margens da filosofia*. Campinas: Papyrus, 1991.

ELIAS, Norbert; SCOTSON, John L. *Os estabelecidos e os outsiders*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

ESPECIAL: 10 anos de muita RAÇA. Raça Brasil. 102 ed. São Paulo, set. 2006. Disponível em: <<http://racabrasil.uol.com.br/Edicoes/102/artigo28375-1.asp>>. Consultada em 17 out. 2006.

FREIRE FILHO, João. *Força de expressão: construção, consumo e contestação das representações midiáticas das minorias*, **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 28, p. 18-29, dezembro 2005.

GOFFMAN, Erving. *Estigma*. 2a. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1978.

GROSS, Daniele. *Raça em Revista: identidade e discurso na mídia negra*. 2010. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) — Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2010.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 11a. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

JOHNSON, Allan G. *Dicionário de Sociologia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

PESQUISA nacional por amostra de domicílios. Rio de Janeiro: IBGE, 2011. Disponível em: <ftp://ftp.ibge.gov.br/Trabalho_e_Rendimento/Pesquisa_Nacional_por_Amostra_de_Domicilios_anua/2011/tabelas_pdf/sintese_ind_1_2.pdf>. Consultada em 17 mar. 2009.

SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). *Identidade e diferença*. 6a. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

MAZZARA, Bruno M. *Estereotipos y Prejuicios*. Madrid: Acento, 1999.

MAINGUENEAU, Dominique. *Discurso Literário*. São Paulo: Contexto, 2006.

_____. *A propósito do ethos*. In: MOTTA, Ana Raquel & SALGADO, Luciana Salazar (orgs.) . *Ethos Discursivo*. São Paulo: Contexto, 2008a.

_____. *Cenas da enunciação*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008b.

WOODWARD, Kathryn, *Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual*. IN: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). *Identidade e diferença*. 6a. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

Original recebido em: 03/02/2009

Aceito para publicação em: Novembro de 2013

Sobre o autor
Daniele Gross

Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais, pela Escola de Comunicações e Artes, da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Mestre em Ciências da Comunicação e membro do MidiAto – Grupo de Estudos de Linguagem: Práticas Midiáticas – ambos pela mesma Instituição –, é também docente de cursos de Comunicação Social.