



## A REPRESENTAÇÃO DO NEGRO NO DISCURSO MIDIÁTICO SOBRE AS COTAS

Os sentidos não estão somente nas palavras, nos textos, mas na relação com a exterioridade, nas condições em que eles são produzidos e que não dependem só das intenções do sujeito [...]. Os dizeres não são apenas mensagens a serem decodificadas. São efeitos e sentidos que são produzidos em condições determinadas e que estão de alguma forma presentes no modo como se diz [...]. (ORLANDI, 1999, p. 30)

NASCIMENTO, Marilza Nunes de Araújo <sup>1</sup>

### RESUMO:

Este trabalho é parte da dissertação de Mestrado (em andamento) cujo objetivo é o de analisar como a mídia Revista Veja representa o negro a partir do discurso sobre a Política de Ação Afirmativa-Cotas para inserção do afrodescendente nas universidades públicas do país. Entendermos que a discursivização midiática sobre as cotas pode representar e reproduzir sentidos negativos ou positivos, uma vez que o sentido discursivo é produzido a partir de outros sentidos já inscritos historicamente na sociedade. O objeto de pesquisa é o discurso midiático em que os corpus foram recortados de enunciados da *Revista Veja online* edição 2011, de 6 de junho 2007. Após, análises interpretamos que a mídia nega em seu discurso a identidade afro do sujeito nem questão. Para isso, usa estratégias discursivas que descaracterizam as cotas como necessárias à inserção do negro nas universidades públicas do país e, conseqüentemente, a ascensão social dele. Trata-se de uma pesquisa descritiva e interpretativa ancorada nos teóricos: Pêcheux (1997), Orlandi (2003), Hall (2005) e outros por melhor se prestarem aos nossos objetivos e proporem uma análise que trabalha na relação limite entre o linguístico e o social

*PALAVRAS CHAVE: Mídia. Discurso. Cotas. Negro.*

### INTRODUÇÃO:

Entendemos que o discurso é um meio de interação humana pelo qual a língua se expressa em funcionamento com a história e a ideologia, produzindo efeito de sentidos.

---

<sup>1</sup> Mestranda em Letras- área de concentração Linguística pela UFMS/CPTL-Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, campus de Três Lagoas, Brasil. Cep: 79603-011, Email: [nunesmaril@hotmail.com](mailto:nunesmaril@hotmail.com)

Estes são materializados na linguagem, os quais são dispersos e instáveis. Dessa forma, apropriamo-nos do discurso midiático da Revista *Veja online* edição 2011, de 6 de junho 2007a fim de analisar a representação identitária do negro como construção ideológica materializada nessas práticas discursivas. Presumimos que a referida mídia representa o negro pelo “olhar” da elite branca europeizada, uma vez que ela ocupa posição-sujeito que lhe é própria, ou seja atender ao público consumidor, sendo este a classe média e alta.

Nesse sentido, Hall (2006, p. 110) alerta-nos para o fato de que as representações identitárias são construídas dentro do discurso, de modo que precisamos compreendê-las como produzidas em lugares históricos e institucionais específicos. Por isso, é necessário estarmos atentos às formações e práticas discursivas que as constroem. Nesse sentido questionamos: Como a mídia Revista *Veja* representa o negro em seu discurso e, conseqüentemente, as cotas? Há negação identitária ou afirmação de miscigenação? Em seu discurso ela mostra as cotas como política necessária emergencial à correção da desigualdade social entre negros e brancos?

Em busca de respostas as tais indagações, analisaremos o enunciado abaixo, o qual representa o discurso da mídia voltado para as características fenotípicas do sujeito negro. Pautamos nossa análise também nos discursos inscritos nessa imagem uma vez que compactuamos com a ideia de que a “língua serve para comunicar e para não comunicar” (PÊUCHEUX, 1990, p. 21), sendo os embates discursivos, em sua movência, parte constitutiva de sentidos na/da sociedade, os quais se irrompem de acordo com a posição-sujeito que o profere numa determinada “condição de produção” (PÊUCHEUX, 1997).

Segundo Guimarães (2009, p.12)<sup>2</sup>, as ações afirmativas já existem no país pelo menos desde 1890, com a chegada da primeira leva de imigrantes europeus que tinham garantido emprego com trabalho assalariado, acesso a terra e escolas para seus filhos na sua língua original. Essa imigração, como vimos anteriormente, respondeu aos objetivos da elite política da época. O questionável é que não houve toda essa polêmica hoje observada em torno do debate sobre a inclusão da população negra em algumas

---

<sup>2</sup> Entrevista de Angela Guimarães, membro do Conselho Nacional de Juventude e integrante da Unegro, Salvador, BA, concedida à *Revista Mundo Jovem*, nº 402, ano 2009, p. 12.

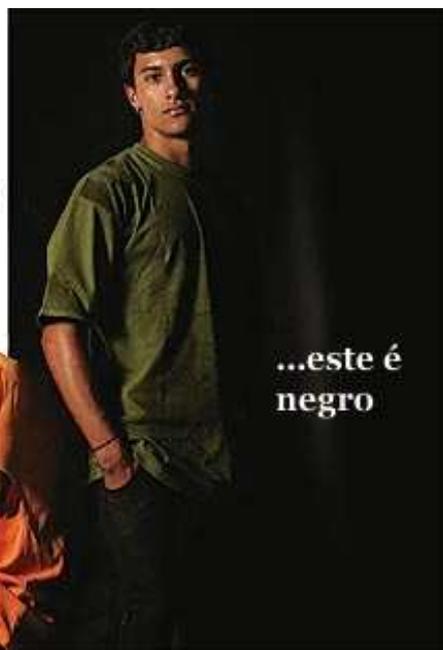
universidades por meio das cotas. Presumimos que isso se deve ao fato de ser a academia um espaço de poder a serviço da classe dominante, onde se constitui a “inteligência” brasileira e estão 90% de recursos para pesquisa e desenvolvimento do país. Lá há uma historicidade de hegemonia branca europeizada em que o branco representa superioridade em relação ao negro. Outros casos que não deram alarde foram a reserva de no mínimo trinta por cento das vagas para candidatas mulheres em todos os partidos, aprovada na lei eleitoral 12.034/04, e também para os portadores de necessidades especiais, aprovada pela lei 8.213/91. Por que a reserva de cotas aprovada pelo projeto de lei 3627/2004 é ainda assunto polêmico?

Então, embasados na teoria discursiva de Pêcheux, entendemos que a linguagem, em suas formas heterogêneas, é lugar de significação e sentido. Nesse caso, a interpretação destes discursos só terão sentido se relacionados à noção de simbólico, pois, para a AD, não há sentido sem articulação do simbólico ao político, uma vez que o simbólico não é apenas uma etiqueta que representa um determinado objeto. Está relacionado ao processo do significante e do sócio-histórico na constituição do sujeito e, posto em relação à experiência no mundo, possibilita que sentidos sejam sempre (re) produzidos e (re) significados inscrevendo-se na memória da sociedade, sendo perpassado historicamente. Esperamos que este trabalho de pesquisa venha contribuir para a discussão da igualdade como um direito básico e constitucional e que possa constituir-se em subsídio para reflexões sobre a possibilidade de mudanças na sociedade no que diz respeito, sobretudo, aos afro-descendentes e seu direito sobre as cotas já legalizados.

Seguem as análises:

(01)

**Eles são  
gêmeos  
idênticos,  
mas, segundo  
a UnB,  
este é  
branco  
e...**



**...este é  
negro**

O enunciado acima se refere ao caso dos irmãos gêmeos univitelinos que optaram por prestar o vestibular na UnB (Universidade de Brasília), concorrendo às vagas reservadas para afro-descendentes. A um foi dado o direito de ingressar na universidade por meio das cotas; ao outro, não. Voltamos nosso olhar aos discursos verbais e não verbais contidos na imagem, os quais nos levam à interpretação de negação dos traços fenóticos dos sujeitos. Há uma estratégia discursiva que entrecruza a imagem à linguagem verbal, construindo sentidos estereotipados que negam a origem afro dos sujeitos em questão. Pelo posicionamento dos rapazes – aquele dito “branco”, à esquerda, sentado, com olhar fixo, e o dito “negro”, à direita, em pé, com uma das mãos no bolso, num gesto de imposição –, interpretamos que essa prática discursiva produz efeitos de sentido de que o sujeito “negro” assume posição vantajosa em relação ao “branco”, apontando para uma inversão da real situação.

Entendemos que a constituição desses sentidos materializa-se numa relação do sujeito com a língua e com a imagem, reproduzindo sentidos discursivos homogêneos, pautados na explicitude do enunciado, inscrevendo-se no imaginário social e perpetuando-se. Essas estratégias discursivas facilitam que a referida mídia veicule seus

discursos, impondo e (re) afirmando e (re) significando a ideologia dominante a que ela atende.

Ao discursivizar: “[...] Este é branco... este e negro” e ao usar a imagem dos rapazes, interpretamos que a mídia estrategicamente usa uma prática discursiva que desloca e desmobiliza o efeito de sentido discursivo entre o visual e o verbal pela contradição, pois os mostram como se fossem uma única pessoa (já que são “gêmeos idênticos”), diferindo-os apenas pela cor do vestuário. O sujeito enunciador *Revista Veja* usa também, como estratégia discursiva, as cores branca e preta, marcando, “literalmente”, os dois irmãos, desconstruindo e ridicularizando, por meio do jogo simbólico, a decisão da banca da UNB. Entendemos que o uso das cores é uma afirmação da negação identitária do negro; pois se trata de cor e não mistura de etnias, ou seja, não há uma definição se o sujeito em questão é fruto de miscigenação, há um simulacro da imagem ideal midiática para imagem real. Isso nos leva a interpretação de que a mídia, ao mostrar os rapazes bem vestidos, cabelos lisos, pretende dizer ao seu interlocutor/leitor, mesmo nas entrelinhas, que estes não sofrem nenhum tipo de preconceito, nem passam por dificuldades financeiras, não são desiguais socialmente dos brancos – tanto que nem a UnB foi capaz de “enxergar” a diferença – de modo que não há necessidade de uma política para equiparação social, uma vez que, segundo o discurso midiático, aparentemente desfrutam dos mesmos direitos do branco. Estão em situação de igualdade. Imagem “perfeita” para o mundo midiático, ou seja, para o público consumidor.

Nesse sentido, analisamos que a mídia tenta, por meio dos jogos de imagem e silenciamento discursivo (ORLANDI), a unificação identitária desses sujeitos e, conseqüentemente, da sociedade brasileira. Contrapondo-nos ao posicionamento da revista, evocamos Hall (2005, p.13), para quem uma identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia; o que há são momentos de identificação.

Analisamos, dessa forma, que o veículo midiático busca construir discursos homogêneos e persuasivos para dizer apenas aquilo que interessa ao público que atende. Há, sobretudo, uma trama discursiva que reflete o pensamento de um grupo, de uma classe dominante. É para essa classe que se dirige a revista *Veja* e, ao se dirigir, tenta

negar as diferenças sociorraciais existentes no Brasil. Com essa prática discursiva, a mídia determina modos de agir e de ver o mundo, de forma a influenciar consideravelmente no processo de construção de subjetividades e identidades. Para isso, ao mostrar os dois irmãos, ela usa o discurso de que os brasileiros possuem condições social de igualdade, como também não há marcas fenotípicas que os diferenciem uns dos outros, todos são etnicamente iguais, camuflando, de certa forma, a discriminação racial existente no país e apregoando a falsa idéia da democracia racial.

Segundo a ótica cultural de Hall (2005, p. 13), a construção das identidades ocorre por um processo de identificação em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam. O teórico afirma ainda que “representar é significar”; logo, os processos de representação/significação são construídos nas práticas discursivas, conforme as interpretações dos sujeitos de sua realidade social. (HALL, 2005, p. 13).

Ao nos atentar na linguagem verbal apresentada junto à imagem: “Eles são gêmeos idênticos, mas segundo a UnB este é branco e... este é negro”. A conjunção “mas”, empregada com sentido de contraposição ou contrariedade à primeira oração, “eles são gêmeos idênticos”, produz efeito de algo absurdo, incompatível com o “real”, de que decorre certa espetacularização discursiva midiática: se são idênticos, é impossível que sejam diferentes. Ao usar a construção de sentido conformativo “segundo a UNB”, o sujeito mídia reforça o sentido discursivo de que a referida universidade é responsável pelo discurso de que os gêmeos univitelinos são diferentes. Assim, ela usa o discurso do outro para eximir-se da responsabilidade sobre o dito. O uso do pronome “estes” (marcador de proximidade, com valor “mostrativo”, dêitico) e das reticências configuram-se como estratégias discursivas para, por um lado, mostrar o paradoxo (você está vendo que são idênticos [“estes aqui”]; então não podem ser diferentes) e, por outro, ironizar a avaliação equivocada da banca: gêmeos univitelinos, porém diferentes (um negro e o outro branco).

Notamos que, por trás dessas estratégias visuais e linguísticas, há uma prática discursiva não apenas de desmoralizar a banca da UnB, mas também de dizer que, se a política de ação afirmativa surgiu para equiparação emergencial daqueles que têm



sofrido pela exclusão social por serem negros, esses rapazes, os quais representam o povo brasileiro, não se encontram nesse perfil. Pautamo-nos em Reis Filho<sup>3</sup> (2004, p. 139-142), para quem, quando o negro sai de seu lugar historicamente marcado – o navio negreiro, a senzala, a favela, a cela... –, ele depara com uma dura realidade: a de não ter referências identificatórias. Angústia do encontro com o real, neste caso, articulado à realidade, que deve ser modificada.

Nesse caso, interpretamos, portanto, que a prática discursiva do sujeito enunciador Revista Veja produz efeito de sentido de que não há necessidade de uma política diferenciada para equiparação social dos negros, pois os afrodescendentes não possuem marcas fenotípicas que os diferenciam do branco e por isso não sofrem discriminação. Há nessa prática discursiva unificação identitária. Assim, sob a ótica cultural de Hall (2005), a construção das identidades ocorre por um processo de identificação em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam (p. 13). O teórico (p. 50) afirma ainda que representar é significar; logo, os processos de representação/significação são construídos nas práticas discursivas, conforme as interpretações dos sujeitos de sua realidade social.

#### CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Pautamo-nos nas análises feitas aos enunciados recortados da revista *Vejaonline* para permearmos algumas reflexões a respeito da influência discursiva midiática sobre o público leitor/espectador. Notou-se que a mídia Revista Veja usou de recursos diversos, sendo eles signos verbais ou não-verbais a fim de provocar no leitor/ouvinte diversos

---

<sup>3</sup> Psicólogo; psicanalista; mestre em Psicologia Social/UFMG; doutorando em Psicologia Clínica pela PUC-SP, professor da PUC Minas.

efeitos de sentido sobre as cotas para negros. É possível apreender que, por meio de sua prática discursiva, a referida mídia nega a política de ação afirmativa como algo necessário, eficiente e eficaz que vá contribuir para erradicação da desigualdade social e a discriminação racial do país. A imagem que a mídia faz do negro induz o espectador ao entendimento de que o afro-descendente não é discriminado e que não há necessidade de tratá-lo de forma diferenciada dando-lhe direito que os brancos não o têm. Para isso, usou de estratégias visuais para mostrar o negro bem aparentado, desconstruindo a real identidade do afro-descendente, camuflando na imagem os traços que marcam sua etnia. Dessa forma, o negro ‘construído’ pela mídia não corre o risco de sofrer ação de preconceito e discriminação, portanto não é diferente, sendo assim, nega seu direito sobre as cotas para ingressar na universidade. Ao relatar que um dos rapazes fora vitimado, entende-se no “fio do discurso” que não por discriminação e sim por despreparo do órgão responsável ao selecioná-lo. Percebe-se assim tentativa de construção de sentido discursivo consensual na sociedade brasileira contra as políticas de ação afirmativa, não há discriminação, mas sim uma equipe mal preparada para lidar com essa questão.

Notou-se também, por meio da materialidade lingüística dos enunciados, que o debate das cotas representa um espaço político, polêmico e um local de manifestação e de reprodução de luta mais excludente que inclusiva, pois ao relatar os equívocos causados ao direito do negro às cotas, nega-se a legalidade das mesmas descaracterizando-as como política pública relevante a inserção do negro às universidades públicas brasileiras.

Diante disso, Rodrigues (2007, p. 190) assegura que há um percurso traçado em que se procurou, até agora, demonstrar a luta em torno dos sentidos discursivos dominadores em relação aos dominados. Trata-se de uma posição de classe do branco em relação ao negro, que com a questão das cotas possibilita a inscrição de discursos e sujeitos, em espaços tensos, em disputa pelo espaço social, com tudo que essa disputa possa significar surgindo dessa forma efeitos de verdade apregoados pela a mídia e que de certa forma vão sendo inscritos na memória coletiva da sociedade. Essas atitudes discursivas oriundas do campo polêmico em que se tentam descaracterizar as cotas como política necessária e emergencial para correção das disparidades vivenciadas não

só pelos negros, como também pelos índios nos espaços públicos brasileiros, geram novos discursivos e reavivam memórias discursivas causando vontades de verdade.

Conclui-se por meio dos enunciados analisados que há um grande paradoxo, no discurso da mídia. Enquanto esta se revela zelosa no que se refere à justiça, a denúncia e a luta em defesa da democracia em relação ao que chama de liberdade de expressão, direito e cidadania. No entanto, a mídia não assume essa posição quando o assunto é a defesa de direitos fundamentais, neste caso, a reparação da desigualdade e da injustiça histórica de que padece a imensa população negra que os mais de 350 anos de escravidão deixaram marcas nessa gente que o país ainda não conseguiu corrigir.

Espera-se que esse trabalho suscite reflexões nos leitores a respeito da prática discursiva midiática quando se trata de uma questão “cara” aos brasileiros, ou seja, da identidade étnico-racial, levando-os a questionar e analisar os discursos das mídias, pois estas por mais que se propaguem neutras, podem deixar pistas em seus discursos de posições ideológicas partidárias, ou seja, tendenciosas.

## *THE REPRESENTATION OF BLACKS IN MEDIA DISCOURSE ON QUOTAS*

### *ABSTRACT:*

This work is part of the Master's dissertation (in progress) whose objective is to analyze how the media *Veja* represents the black from the discourse on policy-Affirmative Action Quotas for insertion of African descent in the public universities in the country. Discursivização understand that the media on the coordinates can represent and reproduce negative or positive sense, since the meaning of discourse is produced from other meanings already inscribed in the historical society. The object of research is the media discourse in the corpus of utterances were cut *Vejaonline2011* edition of the Journal, June 6 2007. Após, analysis, interpret the media in his speech to deny African identity of the subject or issue. To do this, use discursive strategies that neutralized the quotas as necessary for the insertion of the black public universities in the country and hence social mobility him. Trata is a descriptive and interpretative grounded in theoretical: Pêcheux (1997), Orlandi (2003), Hall (2005) and others by providing better if our goal is to propose an analysis that works out the relationship between language and social.

*Keywords: Media. Discourse. Quotas. Black*



EDIÇÃO Nº 12 – 2º SEMESTRE DE 2011

ARTIGO RECEBIDO ATÉ 28/10/2011

ARTIGO APROVADO ATÉ 11/11/2011

#### REFERÊNCIAS:

HALL, S. *A identidade cultural na pós modernidade*. Trad. Tomaz Tadeu da Silva e Guaracira Lopes Louro. ed. 10ª, Rio de Janeiro: DP&A, 2005

ORLANDI, E. P. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. São Paulo: Pontes, 2001.

PÊCHEUX, M. *O Discurso - estrutura ou acontecimento*. Trad. de Eni P. Orlandi. 3º Ed. Campinas, SP: Pontes, 2002.

RODRIGUES, M. L. *Discurso e sentido: questões em torno da mídia, do ensino e da história*

SILVA, F. C. O. da. *Racismo e mídia: o negro no discurso brasileiro. Caderno de resumo do Seminário de pesquisa em análise do discurso*. Uberlândia: UFMG, 2004.

VEJA *online*, nº 2011, 6 de junho de 2007. Disponível em: <http://veja.abril.com.br>. Acesso em: 05/12/2009.