



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

A representação visual do negro no jornal impresso¹

Paulo Bernardo Ferreira Vazⁱ
Ricardo Fabrino Mendonçaⁱⁱ

Resumo

Este ensaio busca analisar como os negros e negro-mestiços são retratados nas páginas dos jornais impressos *Folha de São Paulo*, *O Globo* e *Estado de Minas*, levando o leitor a perceber narrativas visuais singulares na documentação foto-jornalística. Para isso, procuram-se inferências sociais e políticas que dizem muito sobre uma sociedade e uma época. Considerando tanto a realidade imagética que nos circunda, quanto a força dos simulacros que permeiam o cotidiano, o trabalho se inicia com uma breve discussão teórica acerca de conceitos como imagem e foto-jornalismo e apresenta, em seguida, um breve estudo sobre a forma de representação dos negros, marcada pelo sofrimento e pela criminalidade, de notório reconhecimento pelo público leitor.

PALAVRAS-CHAVE: representação – negro – jornal

¹ 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.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Introdução

Este trabalhoⁱⁱⁱ procura analisar a forma como negros são retratados nas páginas dos jornais impressos. Percebendo a mídia e o cotidiano como locais “onde as pessoas se confrontam diretamente com as representações dos diferentes segmentos sociais” (Pereira e Gomes, 2001: 64), buscamos elucidar a maneira como negros e negro-mestiços são narrados na documentação fotojornalística. Na estética da visibilidade, procuramos inferências sociais e políticas que dizem muito sobre uma sociedade e uma época.

Tendo em vista a realidade imagética que nos circunda, bem como a força dos simulacros que permeiam o cotidiano, o ensaio começa com uma breve discussão teórica acerca de conceitos como imagem e fotojornalismo. Em seguida, apresentar-se-á um breve estudo sobre uma forma de representação dos negros que é bastante comum: o sofrimento e a criminalidade.

Cabe ressaltar, todavia, que este texto apresenta apenas um fragmento das várias formas de representação do negro encontradas pela pesquisa. Claro está que seria fundamental falar de todas elas, para que se tivesse um panorama mais verossímil da narrativa visual dos jornais impressos. No entanto, isso não será aqui possível, em virtude de restrições de espaço. As temáticas ver-se-iam por demais simplificadas, caso se optasse por apresentar todas elas.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Por que o negro? Quem é o negro?

A pesquisa se propôs, inicialmente, a investigar a representação do Outro nos jornais. A amplitude das discussões acerca do Outro Social, bem como a dificuldade de estabelecer quem seria esse Outro levou-nos, contudo, a buscar um Outro dentro da narrativa dos jornais. Optamos por trabalhar com o negro, dada sua invisibilidade em algumas editorias dos periódicos. Há uma espécie de apagamento simbólico dos negros em seções bastante específicas dos jornais. Como muito bem coloca Flávio Lobo (2002), “apesar de os negros (pretos e pardos) corresponderem segundo o IBGE, quase à metade da população, nos lugares onde é preciso ter dinheiro ou uma boa formação educacional ou profissional para entrar, o Brasil é branco”.^{iv}

É notório, por exemplo, a ausência de representação negra nos cadernos de economia, campo de consagração daqueles aos quais a sociedade contemporânea capitalista confere o título de “bem sucedidos”. Diretores de empresas, grandes acionistas, investidores da bolsa de valores e detentores das rédeas da economia são todos brancos. Aos poucos negros que aparecem nas editorias econômicas, cabem-lhes as tarefas do dia-a-dia da economia, não os grandes lucros e a visibilidade elogiosa obtida pelos grandes empresários e consultores.

Nos cadernos de informática, nas colunas sociais e no *glamouroso* mundo dos automóveis, a representação negra também é marcada pela escassez ou inexistência. A invisibilidade permanece no mundo de representação da política. São raras as ilustrações que exibem negros em situação de mando, coordenando ações ou decidindo os rumos de uma nação ou de um grande empreendimento. Claro está que, há exceções, “fendas simbólicas”, em que esse tipo de negro acaba por despontar, mas a tônica é a elipse dos negros desses cenários de decisão.

Se se observam apenas as imagens dispostas nas editorias descritas até o momento, faz-se evidente o prejuízo da presença de negros que, para os leitores, podem parecer minorias. Há uma desproporção entre o grande número de negros na população brasileira e a sua escassa representação na mídia. Milton Santos explica esse fenômeno ao afirmar que



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

“não há minorias, há minorizados e esses minorizados aparecem definidos seguindo uma imagem que não interessa apenas àqueles que desejam manter privilégios dentro do país, mas que corresponde a uma necessidade dos setores hegemônicos em nível mundial”.⁹

É interessante observar que essa “minorização” do negro, através de seu apagamento simbólico não é uma construção recente da mídia. Desde o período colonial, a representação negra é escassa, e sua visibilidade se dá por meios que não os oficiais. Os negros adquirem alguma visibilidade em suas festas, celebrações religiosas ou mesmo em momentos de rebeldia e revolta, quando chegam a alcançar as páginas dos jornais. Sobre o apagamento da representação dos negros é sintomático, por exemplo, que eles nunca tenham sido símbolos da nação. Tanto os brancos (‘europeus civilizadores’) como os índios (‘silvícolas heróicos’ e ‘bons selvagens’) já foram símbolos de uma identidade nacional, mas não o negro. Eles sempre tiveram a representação eclipsada.

Uma vez estabelecido que trabalharíamos com negros, colocou-se em questão um novo problema: como reconhecer os negros nos jornais impressos? Em uma sociedade marcada pela miscigenação, como distinguir claramente quem é negro? Seria a característica “negro” mais física do que cultural?

Em primeiro lugar é importante destacar que entendemos “raça” não como uma categoria biológica ou genética. Segundo Stuart Hall (2000), existem diferentes tipos e variedades, mas eles estão tão largamente dispersos no interior do que chamamos de “raças”, como entre uma “raça” e outra. As raças são categorias discursivas e não biológicas. São organizadoras de formas de falar, de práticas sociais, sendo diferenciadas a partir de marcas simbólicas que as traduzem e diferenciam socialmente.

No entanto, a forma de reconhecer o negro nos jornais impressos, deu-se, sobretudo, através de caracteres físicos, dada a impossibilidade de distinguir as supracitadas práticas sociais e discursivas nas fotografias. Para tanto, baseamo-nos na afirmação de Munanga Kabengele (1996), segundo a qual a classificação racial no Brasil é cromática, “ou seja, baseada na marca e na cor da pele, e não na origem ou no sangue, como nos Estados Unidos e na África do Sul (Kabengele, 1996: 185). Se, no dia a dia, o preconceito se dá



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

através de características estéticas e corporais, partimos do pressuposto de que desse ponto deveria partir nossa análise.

Trilhas e caminhos: questões metodológicas

Estabelecida a idéia de trabalhar com o negro, fez-se necessário escolher as publicações com as quais trabalharíamos. Optamos por restringir o recorte apenas aos jornais impressos, ignorando outras formas de publicações informativas impressas. Dentre os jornais, selecionamos os dois de maior circulação nacional, e um terceiro, de maior penetração em Minas Gerais. Trabalhamos, assim, com as publicações de maior tiragem em seus estados de origem: Folha de S. Paulo, O Globo e Estado de Minas.

Escolhidos os jornais, recortamos as edições que estudaríamos. Optamos pela aleatoriedade, determinando, de antemão, um período de coleta: de 1º de junho a 19 de julho do ano de 2001. Nesse intervalo de 49 dias, colhemos os jornais nos sete diferentes dias da semana. Na primeira, recolhemos as edições das três publicações na sexta-feira. Na segunda semana, adquirimos os jornais de sábado. Na terceira, os de domingo. E assim sucessivamente, até que possuíssemos publicações de todos os dias da semana em semanas diferentes. Essa forma de recorte possibilitou que o *corpus* não ficasse viciado em temáticas recorrentes nem na feição do jornal em um determinado dia.

Iniciou-se, então um trabalho de descrição minuciosa das imagens do *corpus*, nas quais pudessem ser encontrados negros ou mestiços. Importante ressaltar que ativemo-nos apenas às fotografias, visto serem a maioria absoluta das imagens. A descrição continha desde aspectos técnicos (tamanho, coloração, autoria) até os semânticos, expressos no narrar a imagem (quais eram os personagens ali presentes, o que fazem, como estão uns em relação a outros). Atentou-se também para as legendas e alguns títulos.

Veio, então, a fase da análise, a qual procurou ultrapassar metodologias rígidas e engessadas, que se contentam em promover detalhado levantamento e categorização estanque de imagens. Promovemos um passeio pelas narrativas visuais dos jornais. Passeio esse bem ao modo da *flânerie* baudelariana.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

O *flâneur* é o sujeito moderno que caminha pela cidade, imerso em suas entranhas e, concomitantemente, distante das mesmas. Ele como que levita pelas ruas, distanciando-se das pessoas e objetos, de modo a melhor observá-los e experienciá-los de uma forma sensorialmente intensa. É assim que se configura nossa proposta de análise para as imagens do *corpus* da pesquisa. Almejamos passear por elas, sentindo, nas fotografias, situações amplas e intensas. Um passeio possibilita uma análise flexível, capaz de apreender detalhes e esmiuçar pequenos significantes, deixando-se conduzir por um universo de sentidos. Possibilita, ainda, a percepção de muitas relações que poderiam não ser notadas em uma leitura linear. A *flânerie* permite analisar a narrativa visual dos jornais, percebendo a reconfiguração de significados que tais periódicos constroem acerca da realidade.

Ademais, é importante lembrar que a leitura de um jornal se dá sob a forma de um passeio. Ninguém lê um periódico de maneira seqüencial como se tivesse um livro às mãos. O leitor traça seus caminhos por entre editoriais, manchetes, títulos, fotografias, textos. A leitura de um periódico é, essencialmente, uma *flânerie*. Nesse sentido, a metodologia proposta parece bastante adequada para a análise da narrativa visual de jornais.

Claro está que uma infinidade de aspectos podem passar despercebidos neste passeio. Fotos interessantes e cheias de significados aos olhos de outros *flâneurs* podem não receber a atenção devida. No entanto, a análise é o passeio deste leitor, como o são de fato todos os trabalhos de pesquisa. Toda metodologia expressa um caminho escolhido pelo pesquisador. Esta metodologia é, por definição, o ato de traçar caminhos.

Da imagem e da fotografia

Imagético e complexo: esse é o mundo que nos circunda. Na sociedade hodierna, é praticamente impossível distanciar-se das imagens. Elas nos seguem, ainda que estejam sempre à nossa frente. Observam-nos a todo momento, sempre prontas a nos sugerir algo.

Tal onipresença de representações corrobora algumas características atribuídas à pós-modernidade, como a Estetização do Cotidiano apontada por Featherstone (1995). O dia a dia deixar-se-ia oferecer como forma que solicita a experiência sensorial. Um dos

sentidos dessa estetização apresentados consiste no fluxo veloz de imagens e signos que saturam a vida ordinária.

O mundo pós-moderno seria experienciado de uma forma intensa e esquizofrênica, como aponta Jameson (1985). A abundância e velocidade dos signos e a forma descontextualizada como são dispostos conduzem a uma quebra na cadeia de significantes, e o sujeito experiencia a materialidade isoladamente, de maneira desconectada e, por isso mesmo, intensa. A imersão na experiência propicia um descontrole de emoções, uma abertura sensorial para as evocações de um certo fragmento semântico.

A saturação sónica da realidade pós-moderna conduz a uma espécie de mundo simulacional (a hiper-realidade), no qual as imagens se tornam “mais verdadeiras” que aquilo que representam. É isso que sentimos, por exemplo, quando compramos um sanduíche exposto em um painel luminoso.

Nesse universo simulacional de “presentes” intensificados, a fotografia merece um olhar especial. Criada em meados do século XIX, ela “marca o nascimento de uma nova concepção do tempo, do espaço, da história, participando assim na formação de uma mentalidade moderna” (Arruda, 2000: 65). Fruto direto da revolução industrial, a fotografia representa a possibilidade de proliferação de imagens técnicas, tornando próximo e palpável o que antes era quase sagrado, dada a sua inacessibilidade.

Segundo Roland Barthes, a essência da fotografia é a referência, já que não haveria como negar que a *coisa* retratada esteve lá. Ele ressalta que esse referente é “a coisa necessariamente real que foi colocada diante da objetiva” (Barthes, 1984: 115). Para ele, a fotografia congela o momento, embalsamando um passado que já morreu.

Ao “guardar” esse instante que se foi, a fotografia se constitui como uma nova realidade. Interessante observar as reflexões de Boris Kossoy sobre isso. O teórico afirma que o signo fotográfico é marcado por duas realidades. A *primeira* seria o passado, “diz respeito à história particular do assunto” (Kossoy, 1999:36). A *segunda realidade* é a documental, a representação bidimensional do assunto em questão.

A fotografia seria uma “transposição da realidade visual do assunto selecionado, no contexto da vida (*primeira realidade*), para a realidade da representação (imagem



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

fotográfica: *segunda realidade*)” (Kossoy, 1999: 38). O que ele coloca, em resumo, é que a representação não é a realidade da vida cotidiana. Uma não é mais verdadeira que a outra, nem ambas são falsas. São apenas realidades distintas, que podem ser experienciadas em situações variadas, implicando interpretações e sentimentos que não são os mesmos.

Muitas vezes o próprio referente parece saber disso, forjando-se no momento da representação. Ao discorrer sobre as pessoas que eram fotografadas, Barthes destaca a questão da pose, ressaltando que a foto é a criação de mim mesmo como outro, já que a representação “objetifica” e unifica o sujeito. “Sou ‘eu’ que não coincido jamais com minha imagem; pois é a imagem que é pesada, imóvel, obstinada (...), e sou ‘eu’ que sou leve, dividido, disperso” (Barthes, 1984: 24).

Importante destacar, ainda, o imbricamento dessas duas realidades. A realidade documental da fotografia só existe porque a primeira realidade foi “apreendida” pela película. Por outro lado, se a situação cotidiana não depende da outra para existir, é diretamente influenciada por ela. A representação influencia o modo de se ver as situações do dia a dia; participa da construção do imaginário de uma sociedade e configura e reconfigura seus quadros interpretativos.

Apesar dessa distinção de realidades, ainda vigora o mito de que a fotografia é a cópia do real. Ocorre uma verdadeira confusão entre *primeira* e *segunda realidade*, sendo a representação apreendida como se fosse o assunto em si. Atribuo tal equívoco à supracitada hiper-realidade pós-moderna (imagens são tomadas como reais e experienciadas como tais) e à supervalorização da iconicidade^{vi} fotográfica. Segundo Santaella (1998), a fotografia está entre a iconicidade (em seu mais alto grau) e a arbitrariedade, a qual se deve a diversos fatores como: relatividade semântica, perda da terceira dimensão, do movimento e de estímulos não visuais, variação nas cores, limite de moldura. No entanto, ela é tomada muitas vezes, apenas em sua iconicidade, sendo aceita como uma cópia do real.

Fotojornalismo



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

O que friso até aqui é a força da fotografia em um mundo que valoriza as imagens a ponto de considerá-las a própria realidade. O que dizer, então, das fotos estampadas nas páginas dos jornais? Teriam elas uma força ainda maior?

Sim. Para entender o porquê disso é preciso atentar para o “lugar de fala” do fotojornalismo. O conceito de “lugar de fala” é apresentado por Braga (1997) como um lugar de significação, formado a partir da articulação entre a fala propriamente dita, as intertextualidades nela presentes e a situação na qual a relação comunicativa se efetua.

A “fala” que estudamos são as próprias fotografias estampadas nas páginas de jornais impressos brasileiros. Essa fala específica foi elaborada dentre uma infinidade de outras possibilidades. Além disso, esse discurso não é inaugural. É construído em uma rede intertextual com diversos outros textos (visuais e verbais). Cada foto remete a outras anteriormente publicadas, bem como às referências do autor dela. O jornal também não fala somente por si. Traz uma série de citações, influências, mentalidades.

Por fim, faz-se necessário perceber a situação em que a comunicação se efetiva. A fotografia se insere no discurso jornalístico, sendo permeada por mitos como o da objetividade jornalística e do espelho da realidade. Mitos esses usados como estratégia pelos profissionais, como muito bem analisa Gaye Tuchman (1972) ao constatar que os jornalistas invocam os rituais da objetividade para neutralizar potenciais críticas.

A objetividade apregoada por profissionais da área do jornalismo não só não existe como não pode ser alcançada. A idéia de um relato capaz de reproduzir o real àqueles que não o presenciaram é bastante equivocada. Em primeiro lugar, porque não existe uma realidade a ser narrada, mas várias facetas e versões de um real continuamente constituído. Construído no momento do acontecimento por vários pontos de vista e reconstruído, indeterminadamente, por fragmentos de memória dos que o presenciaram e pelos vários relatos produzidos.

Em segundo lugar, porque a pretensão à objetividade oculta uma espécie de reificação do real e do próprio jornalismo. A realidade é vista como una e apreensível, já que objetiva, empírica. As várias versões existiriam em virtude da influência das



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

subjetividades dos indivíduos. Ao jornalista, por sua vez, caberia excluir toda forma de subjetividade apreendendo o acontecimento em sua essência.

O relato jornalístico também aparece reificado. A “mensagem” seria um espelho do real, sendo transmitida de um pólo emissor à massa de leitores. O jornalismo não é visto como uma forma de relação, mas como uma simples transmissão de dados: “a informação adquire uma existência terminal. Ela está lá, objetivada, conclusiva. Ela fecha ou abre o(s) processo(s), mas não se revela no seu papel transitivo” (França, 1998: 40). O *entre-lugar* da palavra é “objetificado”, sendo o discurso — aquilo que conecta os interlocutores — encarado como uma massa que se locomove daquele que conhece o real (jornalista) para os que aspiram a conhecê-lo (leitores)^{vii}.

Isso posto, pode-se constatar o aspecto adquirido pela fotografia. Se o texto jornalístico é um espelho da realidade, capaz de apresentá-la fidedignamente, o que dizer das imagens inseridas nos periódicos? Ainda mais em um tempo de valorização das representações. O fotojornalismo é, assim, um dos carros-chefes da hiper-realidade pós-moderna.

As duras faces da alteridade: entre a miséria, o sofrimento e a criminalidade

“As ideologias discriminatórias se apoiam em afirmações que são impostas ao grupo às custas da fragilização da auto-estima dos discriminados” (Pereira e Gomes, 2001: 71). A citação muito bem se aplica a uma expressiva forma de retratação dos negros na mídia impressa: a negativa. O negro é, em muitas das imagens do *corpus*, um habitante do mundo da miséria e da criminalidade. Pelos tortuosos caminhos da alteridade, ele parece se locomover com destreza, eclodindo em uma forma de representação, que em nada favorece o fortalecimento de sua auto-estima.

Interessante constatar, antes de mais nada, que essa representação negativa do negro é fruto de uma visão externa. Nos jornais impressos, o negro, em geral não se dá a ver, mas é visto. Segundo Manuela Carneiro da Cunha, quem se dá a ver “mostra-se, dá-se a conhecer, esparrama-se pelo papel, a si e a seus atributos e propriedades, como gostaria de ser visto” (Cunha, 2000: 134). Já quem é visto o é “sob formas que o despersonalizam de



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

duas maneiras, mostrando-o seja como um tipo, seja como uma função” (Cunha, 2000: 134). “Os meios de comunicação, na medida em que atuam no processo de representação das identidades, têm oferecido aos negros brasileiros a oportunidade contraditória de serem outros — e não eles mesmo”. (Pereira & Gomes, 2001: 52).

Cabe-nos levantar aqui a forma de “ser visto” que tipifica o negro como um ator social negativo. É o olhar externo que “in-forma” o negro em uma representação pejorativa, que pode afetar a construção identitária negra. Afinal, quem quer se identificar com um sujeito que vive sofrendo? Quem gosta de se sentir parte de um grupo, cuja auto-estima encontra-se tão abalada pelas representações impressas nos jornais?

Miseráveis sofredores

Bastante fortes são as imagens que exibem o negro marcado pelo sofrimento. É chocante, por exemplo, ver a fotografia^{viii} que mostra dois garotos negros mexendo em um amontoado de lixo. Eles parecem procurar comida, depositando o que colhem em sacos plásticos. Próximo a essa foto, há outras cinco, que exibem amontoados de lixo e sujeira. Seriam os meninos, apenas mais um fragmento desses resíduos criados pela sociedade? A legenda chama a atenção para um dos paradoxos de nosso mundo: “Cerca de 60% do lixo recolhido pela SLU em Belo Horizonte são de origem orgânica, um contraste com a realidade de miséria que afeta muitas pessoas que buscam matar a fome nos aterros e lixões”. Interessante que dois negros tenham sido utilizados para retratar a miséria e a fome.

Também é marcante uma foto^{ix} de uma fila de pessoas, dentre as quais há negras e mestiças. A maioria carrega crianças no colo. A fila é de algum posto de saúde ou hospital, sendo que as pessoas aguardam por atendimento. O negro, aí representado, é o pobre que enfrenta todas as dificuldades possíveis para obter uma simples consulta médica. Ele sofre com a escassez de dinheiro e com a péssima estruturação do sistema público de saúde. A idéia central da imagem é simples existência do sofrimento, explicitando a existência do diferente; da inclusão que distancia alguns indivíduos das benesses da sociedade.

Outro bom exemplo de imagem, na qual o negro tipifica a representação do miserável é uma fotografia^x que mostra uma negra a olhar para frente. Seus olhos estão



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

fixamente abertos, apresentando um quê de indeterminação. Ao fundo, um negro está recostado em uma cadeira. A mão segura o rosto, evidenciando cansaço. Deitado ao chão, há um outro homem, aparentemente um mestiço. Interessante destacar, que a imagem traz uma idéia de tristeza. Isso pode ser notado nos olhos da negra, na imagem de um homem dormindo ao chão, na falta de ânimo daquele que aparece recostado e, mesmo, na ausência de cores. Os tons de cinza e os contrastes duros garantem um alto teor de emoção.

Pela legenda entende-se o contexto desse sentimento: “FUGA - Maria Aparecida Gomes saiu do Jequitinhonha e virou pedinte em Belo Horizonte, com três filhos”. A matéria é dedicada ao grande número de miseráveis que vivem na capital mineira. Um título aparece logo acima da imagem: “BH tem 295 mil miseráveis”. Impossível não relacionar a imagem da negra a esse grande número de miseráveis. Foi ela a utilizada, metonimicamente, para representá-los visualmente. Ela é o estereótipo da pobreza, ou melhor dos que “vivem abaixo da linha da pobreza”, como destaca o bigode da matéria.

Importante frisar, por fim, que o negro miserável não aparece exclusivamente no meio urbano. Há diversas fotografias que retratam lavradores pobres. Em algumas delas, salta aos olhos que os homens estejam descalços. Vale lembrar que o sapato foi durante o período da escravidão um signo de poder e riqueza no Brasil. Conta-se que os escravos forros, trabalhavam arduamente para conseguir comprar um par de sapatos, sendo que, quando o faziam, penduravam-nos ao redor do pescoço, de modo a exibí-los. Seria a miséria uma nova forma de escravidão e de subalternização dos negros?

Não se deseja aqui afirmar que negros pobres não devem ser representados em jornais impressos, mesmo porque, segundo dados do IPEA^{xi}, 64% dos pobres e 69% dos indigentes do Brasil são negros, sendo que a taxa de analfabetismo é três vezes maior entre os negros. Essa realidade não pode ser omitida. A grande questão a se pensar é a escassa visibilidade de contrapontos a esse tipo de representação.

A narrativa visual dos jornais também mostra brancos pobres ou criminosos. No entanto, na mesma edição em que eles aparecem, observam-se representações de outros atores sociais também brancos: políticos, diretores de empresas, cientistas. Já a



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

representação negra é majoritariamente negativa. Segundo Benedita da Silva, “na mídia não há campo para a ascensão desse negro. O negro é eternamente aquele pobre submisso”.^{xii}

Mundo do crime: a violência como *locus* do negro

São muitas as imagens que exibem negros em ambientes de criminalidade. Seja como autores ou como vítimas, muitos negros povoam assuntos policiais dos jornais do *corpus* desta pesquisa. Não se deseja realizar uma distinção maniqueísta entre “agentes” e “pacientes” do crime, mesmo porque, pode-se argumentar que os autores de crimes são, de alguma forma, vítimas de condições mais amplas. Mas o fato é que os jornais, ao representar indivíduos, acabam por distinguir aqueles que cometem crimes, daqueles que são as vítimas deles.

Antes de tratar desses personagens diretamente ligados a atos criminosos, todavia, faz-se aqui interessante levantar uma terceira forma de representação de pessoas em relação ao crime: a que retrata o indivíduo imerso em um mundo violento. O melhor exemplo dessa situação é uma fotografia^{xiii}, estampada na capa de uma das edições de Folha de S. Paulo. A imagem explicita a naturalização da violência, dada sua proximidade permanente.

Na foto, vê-se uma menina negro-mestiça, caminhando descalça em frente a uma parede preta, a qual se encontra cravejada por balas de armas de fogo. Um singelo “n.º 1” aparece pintado na parede, por entre as balas. A garota parece serena, locomovendo-se com tranqüilidade por um local que lembra um paredão de fuzilamento. Seria tal paredão uma metáfora de sua vida? A legenda ressalta a guerra civil em que vivemos: “GUERRA — Fachada de casa perfurada por balas em tiroteio de cinco horas entre traficantes e policiais durante a ‘Operação Tornado’, em morro do Rio de Janeiro, que terminou com a morte de um policial e, provavelmente, de dois bandidos”.

A imagem é forte e não deixa dúvidas da proximidade entre a vida cotidiana de algumas pessoas e o universo da criminalidade. A criança não demonstra espanto ou medo, ante os signos da violência. Apenas caminha, seguindo como se nada houvesse ocorrido. Aquela é apenas mais uma cena de seu dia a dia. Por mais dura que seja, aquela é a realidade do mundo que a circunda e com a qual a menina já está habituada.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

A) “Os criminosos”

A representação midiática dos autores de crimes é bastante simplista: apenas exibem-se aqueles que cometeram atos ilícitos e violentos, condenando-os. As imagens, em geral, apresentam os criminosos, não discutindo a violência, suas causas e implicações.

Este é o caso, por exemplo, de uma fotografia^{xiv} que mostra quatro pessoas algemadas, as quais estão dispostas lado a lado, em frente a um carro da Polícia Militar de Minas Gerais. Dois deles aparecem com o rosto encoberto pelas camisetas, como se se protegessem da rigidez de posteriores julgamentos públicos. Um dos quatro é claramente negro. Seu rosto exala seriedade e seu olhar parece destinar-se diretamente aos olhos do leitor. A imagem situa-se sob o título “CONFISSÃO: Assassino de enfermeira é preso com quadrilha de seqüestradores”.

Há uma total perda das singularidades dos indivíduos que são apresentados, simplesmente como “os criminosos” ou, caso se prefira, como “seqüestradores”, “assassinos” e “assaltantes”. A imagem ressalta a condenação ao exibi-los algemados, demonstrando que os desviantes estão sendo punidos. Punição essa que não se restringe a detenção, mas se amplia na repercussão possibilitada pelo jornal.

Também é exibição de criminoso a fotografia^{xv} que mostra um garoto negro sentado no banco de um carro, provavelmente uma viatura da polícia. Seu rosto se volta para a câmara, embora seja impossível reconhecê-lo, já que seus olhos estão cobertos por uma tarja. Em plano posterior, vêem-se os braços de um policial militar, cujas mãos seguram as provas do crime: uma arma de fogo e algumas balas. A legenda explica que o armamento estava em poderio do menor: “O menino detido no morro, a pistola e as balas na mão de um PM”. Mais uma vez, o negro aparece como o criminoso que precisa ser capturado e extirpado do convívio social. A mão do guarda apresenta aquilo que seria o motivo para tal. Diante de evidências tão contundentes, não há outra opção que não a de prender o garoto.

Mulheres negras também aparecem na vida do crime. Uma foto² exhibe duas freiras negras, as quais trajam hábitos. Na região esquerda da foto há um microfone. Estariam as

² De AP, P e B, 9,5 X 6 cm. Publicada na p. 40 de O Globo de 09 de junho de 2001.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

freiras fazendo algum sermão? A legenda explica que não: “Irmã Gertrude (à esquerda) e Irmã Maria Kisito: prisão por genocídio”.

Mas, nem sempre a polícia está com os “sujeitos violentos”, sob controle. É o que demonstra uma foto^{xvi}, na qual se vê um painel com muitas fotografias, em preto e branco, de rostos de pessoas. Sob cada rosto, uma pequena placa contém dados de identificação. Tratam-se de fugitivos da prisão, como explica a legenda: “Procura-se – Polícia exhibe fotos de 62 presos foragidos do Carandiru; eles estão nas ruas desde o último domingo, quando 106 escaparam da Casa de Detenção por um túnel”. Dentre as fotos dos fugitivos, há muitos negros e mestiços.

Importante destacar, por fim, que a maioria das imagens do *corpus* que exhibe o “negro criminoso”, fá-lo da maneira como descrevemos até o momento: estática, quase posada. São poucas as imagens que retratam os atos de violência em si, o momento da ação violenta. Um episódio, entretanto merece ser citado.

Publicaram-se, no dia 19 de julho, diversas imagens de um protesto violento. Nessas fotografias, negro-mestiços aparecem incendiando ônibus, atirando pedras, gritando e correndo. A retratação tem um quê de “barbárie” e selvageria. As fotos mostram cenas fortes de vandalismo e agressividade.

B) “As vítimas”

Mas se os negros são representados como autores de crimes, também o são na condição de pacientes da violência. Os jornais impressos de nosso recorte exibem isso claramente. É marcante, por exemplo, uma fotografia^{xvii} bastante forte, na qual se vê um comprido corredor em cujo chão há muitos corpos de homens mortos. Eles estão nus e foram colocados em “caixões” muito simples (na verdade, caixotes de ripas de madeira). Trazem uma pequena placa de identificação ao peito. A legenda explica que se tratava de uma revolta de presos: “Corpos no corredor: rebelião sufocada com força bruta”. Vários dos corpos são de negros. Ao fundo, duas faxineiras, uma delas negra, limpam o chão do corredor, como a remover as impurezas que ainda restam no local. Elas executam seu ofício de forma quase indiferentes aos mortos que ali estão.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Interessante perceber que essa imagem mostra os dois lados da violência: aqueles homens eram presidiários (e, portanto, “criminosos”), mas foram executados por policiais, transformando-se em vítimas da violência. E vítimas tratadas sem qualquer dignidade, amontoadas no chão, em esquifes tão pobres que parecem de ripas de madeira. A indiferença das faxineiras, parece ser a mesma de diversos segmentos da sociedade que não vêm problemas na morte de criminosos. Afinal, há os que defendem a idéia dos “direitos humanos para quem é humano”.^{xviii}

Também é um bom exemplo de sujeito paciente da violência, o mestiço que aparece de costas em uma fotografia.^{xix} Ele ergue a camisa de modo a mostrar a espalda. Nela, um pequeno ferimento que o título (“Bomba deixa três feridos na Capital”) e a legenda (“Ferido – J.C.F.S, 17 anos, foi ferido nas costas durante o atentado”) esclarecem ser o estilhaço de uma bomba.

Outra imagem de violência é uma fotografia^{xx} que mostra uma mulher mestiça, retratada do peito para cima. Bem vestida e sensual (blusa branca de alça com decote, colar com grande pingente, batom, brincos, cabelos arrumados), a moça encara a objetiva e sorri. Mas onde está a violência da imagem? Na legenda e no título. A primeira a identifica e já insinua algo: “Ruth Tentunge: fim trágico ao tentar romper o romance com My Thor”. O título não deixa dúvidas sobre o paradeiro da mestiça: “Achado em sepultura de indigente o corpo de ex-mulher de traficante”.

Toda esse descrição midiática da violência não favorece a auto-estima negra. “A naturalização das imagens de negro, repetidas em excesso em fixação negativa, reduz a possibilidade de se produzirem novos significados que garantem a desestabilização de sentidos cristalizados”. (Pereira & Gomes, 2001: 22). Seja como criminoso, vítima, ou miserável sofredor, a representação que os jornais exibem dos negros acaba por mantê-los em posições desfavoráveis, já que é daquela forma que eles se vêem nos veículos “informativos”. Como já dito anteriormente, eles enfrentam a contraditória experiência de se verem como outros. Citando uma filosófica pergunta de Zuenir Ventura: “Não seria a mídia mais violenta do que a violência de que se alimenta?” (Ventura, 1995: 15).

Referências Bibliográficas

- ARRUDA, Rogério. *Álbum de Bello Horizonte: Signo da Construção Simbólica de uma cidade no início do século XX. Dissertação de Mestrado. Belo Horizonte: UFMG, 2000. pp. 51-120.*
- BARTHES, Roland. *A câmara clara*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984. 2ª ed.
- BRAGA, José Luiz. "Lugar de fala" como conceito metodológico no estudo de produtos culturais e outras falas. In: FAUSTO NETO, A. & PINTO, M. *Mídia e Cultura*. Rio de Janeiro: Diadorim/Compós, 1997.
- CUNHA, Manuela Carneiro da. Olhar escravo, ser olhado. In: AGUIAR, Nelson (org.) *Mostra do redescobrimto: negro de corpo e alma*. São Paulo: Associação Brasil 500 anos artes visuais, 2000.
- FEATHERSTONE, Mike. A estetização da vida cotidiana. In: _____. *Cultura de Consumo e pós-Modernismo*. São Paulo: Livros Studio Nobel Ltda., 1995. pp. 97-117.
- FRANÇA, Vera. Pré-texto teórico. In: _____. *Jornalismo e vida social: a história amena de um jornal mineiro*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998. pp. 25-59.
- HALL, Stuart. Quem precisa da identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 103-133.
- JAMESON, Frederic. Pós-modernidade e sociedade de consumo. In: *Novos estudos CEBRAP*. São Paulo, n.º 12. p.16-26, jun. 1985.
- KOSSOY, Boris. *Realidades e Ficções na trama fotográfica*. Cotia: Ateliê Editorial, 1999.
- LOBO, Flávio. Mais desigualdade. In: *Carta Capital*. São Paulo, n.º 175, p. 24-29, 6 de fev. de 2002.
- MUNANGA, Kabengele. Mestiçagem e experiências interculturais no Brasil. In: SCHWARCZ, Lilia Moritz e REIS, Letícia V. de Sousa (orgs.). *Negras Imagens*. São Paulo: Edusp, 1996.
- PEREIRA, Edmilson de Almeida & GOMES, Núbia Pereira de Magalhães. *Ardis da Imagem*. Belo Horizonte: Mazza Edições & Editora PUCMINAS, 2001.
- PINTO, Júlio. *1,2,3 da semiótica*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1995.
- SANTAELA, Lúcia & NÖTH, Winfried. *Imagem: Cognição, semiótica, mídia*. São Paulo: Iluminuras, 1998.

ⁱ Professor Doutor do Departamento de Comunicação Social da UFMG, coordenador do subprojeto.

ⁱⁱ Estudante de graduação do Curso de Comunicação Social da UFMG, bolsista BIC/CNPq.

ⁱⁱⁱ O subprojeto é parte do projeto integrado de pesquisa *Narrativas do Cotidiano: na mídia, na rua do Gris* — Grupo de Estudos em Imagem e Sociabilidade.

^{iv} LOBO, Flávio. Mais desigualdade. In: *Carta Capital*. São Paulo, n.º 175, p. 24-29, 6 de fev. de 2002.

^v Milton Santos em debate mediado por Lúcia Nagib e publicado — sob o título *A imagem do negro* — na *Revista Imagens*. Campinas, n.º 4, p. 114-121, abr. 1995.

^{vi} Segundo Júlio Pinto, o “ícone é caracterizado por Peirce (...) como aquele signo que é determinado por seu objeto por compartilhar das características dele” (Pinto, 1995: 24). Ou seja, é o signo que exhibe um traço de seu objeto.

^{vii} Vera França muito bem analisa o caráter do processo da comunicação — incluindo-se aí o jornalismo — ao afirmar: “A relação comunicativa é certamente singular, porque complexa, velada; ela é a armadura interna desse processo de ligação e expressão de sua natureza social, partilhada. Não existe a circulação de um sentido objetivo, mas um tipo de cumplicidade de alguns na construção simbólica do mundo, no partilhamento de um ‘saber comum’ sobre seu mundo.” (França, 1998: 42).

^{viii} De Maria Tereza Correia, P e B, 9,6 X 10,5 cm. Publicada na p. 21 de Estado de Minas de 17 de junho de 2001.

^{ix} De Auremar de Castro, P e B, 9,5 X 6,4 cm. Publicada na p. 24 de Estado de Minas de 17 de junho de 2001.

^x De Beto Novaes; P&B; 14,7 cm x 8,5 cm. Publicada na p. 29 de Estado de Minas de 11 de julho de 2001.

^{xi} Apresentados em Reportagem de Flávio Lobo na revista *Carta Capital* de 06 de fevereiro de 2002.

^{xii} Benedita da Silva em debate mediado por Lúcia Nagib e publicado — sob o título *A imagem do negro* — na *Revista Imagens*. Campinas, n.º 164, p. 114-121, abr. 1995.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

- ^{xiii} De Antônio Gaudério/Folha Imagem, 4C, formato 19,7 X 12,5 cm. Publicada na capa de Folha de S. Paulo de 01 de junho de 2001.
- ^{xiv} Foto de Sidney Lopes, P e B, 9,2 X 11,6 cm. Publicada na p. 22 de estado de Minas de 01 de junho de 2001.
- ^{xv} De Fernando Quevedo, P e B; 9,6 X 6,3 cm. Publicada na p. 23 de O Globo de 09 de junho de 2001.
- ^{xvi} De Evelson de Freitas/ Folha Imagem, 4C, 14,7 X 19,7 cm. Publicada na capa de Folha de S. Paulo de 11 de julho de 2001
- ^{xvii} De Nellie Solitrenick, 4C, 8,7 X 9,0 cm. Publicada na p. 09 de O Globo de 17 de junho de 2001.
- ^{xviii} Célebre slogan da campanha de Cabo Júlio, candidato do PFL para o governo de Minas Gerais nas eleições de 2000.
- ^{xix} De Renato Weil, P e B, 9,5 X 10,5 cm. Publicada na p.24 de Estado de Minas de 03 de julho de 2001.
- ^{xx} Reprodução, P e B, 9,6 X 8,6 cm. Publicada na p. 23 de O Globo de 09 de junho de 2001.