

OS ESTUDANTES DA EDUCAÇÃO DE JOVENS E ADULTOS E AS PRODUÇÕES DISCURSIVAS NA PUBLICIDADE BRASILEIRA: COMO SE CONCEBE E SE PERCEBE O RACISMO?

Progresso de investigação em curso

GT 3: Produção, consumos culturais e Mídia

Rebeca Barreto de Lima¹

Resumo

Em nossa pesquisa estamos investigando como se concebe o racismo na publicidade televisiva brasileira e como esta poderia interferir na vida dos estudantes da Educação de Jovens e Adultos (EJA), nos processos de sua auto identificação racial e na percepção de seu lugar social. Utilizamos em nossa metodologia a pesquisa qualitativa, baseando-nos em Minayo (2002), através de entrevista semiestruturada. Estamos realizando a análise de conteúdo temática baseada em Ferro (2008) e Bardin (2004), categorizando e analisando as entrevistas realizadas. Concluimos através dos dados parciais que a mídia tem influenciado na questão estética e na visão do lugar social de brancos e negros, legitimando um lugar secundário e de exclusão para estes, através de seu discurso.

Palavras-chave: racismo, mídia, EJA.

1. Introdução

De acordo com Gomes (2005), o público na Educação de Jovens e Adultos (EJA) é basicamente formado por negros(as), os quais são conseqüentemente uma população historicamente excluída. Segundo a autora, “pensar na realidade da EJA hoje, é pensar a realidade de jovens e adultos, na sua maioria negros(as), que vivenciam processos de exclusão social e racial” (p. 90).

Nesse sentido, Munanga (1988), afirma que pertencer à raça negra pode não ser compreendido como uma “coisa boa”. Desde o processo de colonização dos negros, na história dos colonizadores europeus, os negros passaram a ser vistos como primitivos, inferiores, animais selvagens, monstros, etc. – isso quando são citados na história, pois foram considerados como seres não-históricos. Conforme o autor (Op. Cit., p. 12) “recorreu-se oportunamente aos estereótipos e preconceitos através de uma produção discursiva”, a qual submetia as relações entre colonizador e colonizado em termos de superioridade e inferioridade, monopolizando a realidade sobre a razão, o valor, a verdade e tudo mais que pudesse se referir ao colonizado como ser humano.

A mídia é um veículo de ideologias, no sentido que distorce a realidade, segundo Chauí (1980), as quais se legitimam através de seus discursos, enfatiza a estereotipia do negro, distorcendo quem ele é, qual seu lugar social ou não-lugar (MARTINS, 2010; BARBOSA e SILVA, 2010; FERRO, 2012; ALAKIJA, 2012). De acordo com Diogo (2004), as pesquisas indicam que na mídia o negro é geralmente representado negativamente e de maneira estereotipada.

O interesse de realizarmos essa pesquisa se deu a partir de minhas experiências acadêmicas e pessoais. A minha participação em um grupo de pesquisa sobre a EJA, o ensino da leitura e a educação

¹ Formada em Licenciatura Plena em Pedagogia pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Professora de Educação Fundamental da Prefeitura Municipal de Igarassu - PE.

das relações raciais e como estudante nas disciplinas: Educação de Jovens e Adultos (EJA) e Pesquisa e Prática Pedagógica, no Curso de Pedagogia da UFPE.

Ao identificarmos que os estudantes da EJA são majoritariamente negros, procuramos saber como a mídia, precisamente os textos publicitários veiculados nas televisões, poderiam interferir na vida dos estudantes dessa modalidade, intervindo na visão de quem são e qual seu lugar social, bem como nos processos de auto identificação racial.

Desse modo, estabelecemos como objetivo geral da pesquisa identificar quais as percepções dos/as alunos/as da EJA sobre os discursos com conteúdos racistas presentes na publicidade brasileira e como objetivos específicos analisar a percepção dos/das estudantes sobre os discursos racistas presentes na publicidade televisiva; identificar como o discurso presente na publicidade brasileira poderia interferir na vida dos/as alunos/as da EJA e nos processos de afirmação de sua identidade racial.

A seguir apresentaremos no nosso marco teórico alguns conceitos que consideramos pertinentes a partir de uma abordagem histórica: os conceitos de raça, negritude, racismo e teoria do embranquecimento; os discursos racistas presentes na mídia brasileira, especificamente na publicidade e a relações raciais na EJA.

2. Referencial teórico

2.1. Raça, racismo e a teoria do embranquecimento: algumas considerações.

Para abordarmos esse tópico, remetemos a uma abordagem histórica sobre a construção dos conceitos de raça, negritude, racismo, assim como a teoria do embranquecimento, pois consideramos essenciais para melhor compreendermos como esses conceitos ainda estão presentes na contemporaneidade foram formados e interferem nas nossas vidas.

De acordo com Munanga (1988), os colonizadores europeus impuseram sua cultura e sentimento de superioridade para os colonizados da África do Sul, conseqüentemente construindo de forma ideológica uma representação da população negra como uma raça inferior.

Os europeus ao se apropriarem das terras, das matérias primas dos africanos e, principalmente, de sua força de trabalho, não só roubaram as propriedades materiais dos negros, mas também sua cultura e sua história. Munanga (1988) ainda ressalta que para os europeus o que importava era satisfazer a necessidade econômica, através da exploração da mão de obra escrava. Assim, utilizavam seu discurso de superioridade para “desfigurar completamente a personalidade moral do negro e suas aptidões intelectuais” (p. 9).

Gomes (2008) problematiza a construção da superioridade branca e a criação do conceito de raça. Segundo ele,

o processo de colonização tanto política, quanto epistemológica, pressupôs a criação de um outro entendido como um ser intrinsecamente desqualificado, um ser dotado de características inferiores, e por isso disponível para ser usado e expropriado. (...) a intensidade desta produção de alteridade colonial assumiu várias formas de interiorização inclusive a criação do conceito de raça (p. 21 apud SANTOS, 2005, p. 28).

De acordo com Munanga (1988), até mesmo no discurso da biologia foi pautada a inferioridade do negro, por exemplo, que seu cérebro era menor que o do branco e por isso era intelectualmente inferior, algo afirmado por Saint-Simon, Augusto Comte e, principalmente o médico alemão Franz Gall, que concluiu a inferioridade do negro pela estrutura de sua cabeça e de seu encéfalo.

A negritude, segundo Munanga (Op. Cit., p. 5), é “interpretada ora como formação mitológica, ora como movimento ideológico, (...) reúne diversas definições nas áreas cultural, biológica, psicológica, política e em outras”. Ela era, na verdade, uma resposta racial a tudo que os brancos fizeram ao negro: a colonização, a escravização, a imposição cultural, a estereotipia, a inferiorização, enfim, “tratava-se de uma reação”.

O embranquecimento, como traz Munanga (1988) e Fanon (2008), está relacionado com a imposição da cultura do colonizador branco, para o colonizado negro. Já que este não tem mais cultura e tudo que é relacionado a ele é ruim, busca constituir sua identidade onde foi instituída a cultura dominante, – tida como única e legítima – a cultura do branco.

De acordo com Ferreira e Camargo (2011), é dessa forma que se desenvolve “uma posição submissa de aceitação e incorporação de valores ditados como ideais por uma sociedade *branca* que, simultaneamente, desqualifica suas qualidades e valores étnicos, milenarmente construídos” (p. 388).

Percebemos, então, que o embranquecimento é uma atitude imposta pela hegemonia branca para o negro, que diante de todo um construto histórico relacionado negativamente a raça negra vê-se compelido a negar sua negritude e assumir os padrões da cultura do homem branco como uma referência. Como demonstra Munanga (1988) na sua fala quanto às descrições feitas dos negros desde a colonização:

...mostravam os habitantes do interior do continente africano parecidos com animais selvagens. Essa visão retornou na Idade Média e no Renascimento, reatualizando sempre os mesmos mitos que faziam da África negra um mundo habitado por monstros, seres semi-homens, semi-animais (p. 14).

De acordo com Gomes (2008, p. 22 apud GUIMARÃES, 1999), “o racismo consiste num modo específico de “naturalização” da vida social, explicando as diferenças construídas socialmente como se estas fossem naturais”. Para melhor esclarecer, o autor (Op. Cit.) destaca que

o racismo consiste teoricamente numa ideologia essencialista, que postula a divisão da humanidade em grandes grupos chamados raças contrastadas, que têm características físicas hereditárias comuns, sendo estas últimas suportes das características psicológicas, morais, intelectuais e estéticas e se situam numa escala de valores desiguais. Assim, o racismo é uma crença na existência das raças naturalmente hierarquizadas pela relação intrínseca entre o físico e o moral, o físico e o intelecto, o físico e o cultural (p. 22 apud MUNANGA, 2004, p. 20).

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

Com esses elementos, veremos como o negro tem sido retratado desde a colonização, como isso vem influenciar no reforço da estereotipia do negro, do racismo e do preconceito e a discriminação racial, e em que medida esse quadro vem mudando através da luta do movimento negro.

2.2. Mídia e racismo: discursos racistas na publicidade brasileira

Já vimos, no tópico anterior, que o negro tem sido retratado pelo branco, desde a colonização, de forma inferiorizada e estereotipada, recorrendo sempre a recursos discursivos para dominá-lo,

fazendo com que assimile sua cultura e que seja diluída a identidade negra, ou, simplesmente, que ela seja negada.

Fanon (2008) diz que o negro antilhano, na França, era representado em jornais, anúncios publicitários e embalagem de alimentos sempre com um sorriso bobo, como um ser subordinado, “macaqueado”, mais parecido com um monstro do que com um ser humano, da mesma forma que diz Munanga (1988). Se não dessa forma, o negro era atribuído à “sexualidade, nudez, feiúra, preguiça e indolência” (p. 16).

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

Martins (2010), baseando-se em Schwarcz (2001), diz que a imagem do negro na mídia estava associada à violência, ao exotismo, ao barbarismo, dentre outras coisas, tendo como fundamento as teorias racistas vindas da Europa. Geralmente, os anúncios em jornais eram para vender, alugar ou procurar os escravos, que neste caso, tinham fugido. Os atos de violência da época eram sempre associados a negros sem atribuição de nome, mas sim, adjetivos negativos como cínicos, traidores e feras.

O autor (Op. Cit.) classifica as formas às quais o negro era representado nos anúncios dos jornais:

- 1) Negro violento: associado a ações violentas, crimes. Era o mais comum de aparecer nas páginas dos jornais, com notícias como “‘páginas negras’ ou ‘negro crime’” (p. 41 apud SCHWARCZ, 2001);
- 2) Negro dependente: “fiel e ‘amigo dos brancos’” (p. 44). Mostrava que não conseguiria viver sem a dependência de seus senhores;
- 3) Negro degenerado: que possuía vícios, degenerado, imoral e praticante de capoeira e feitiçaria;
- 4) Negro insubordinado: ligado à fuga dos escravos;
- 5) Negro vagabundo: relacionado à vadiagem e ao vício do álcool;
- 6) Negro suicida: “que cumpria, basicamente, dois papéis: ora reafirmava o caráter dependente do negro, afirmando sua incompatibilidade com a “civilização”, ora reforçava seu caráter degenerado e cheio de vícios” (p. 44 apud SCHWARCZ, 2001).

Ferro (2012) também apresenta a mesma ótica acima comentada. Ele destaca que, historicamente, o negro tem sido relacionado na mídia, desde a colonização no Brasil, “em dois pontos extremos: em um, como mercadoria, força de trabalho, animal domesticado, infrator; e, em outro, como escravo exemplar, obediente, fiel e alforriado” (p. 66 apud FREYRE, 1979, p. 37).

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

Segundo Alakija (2012) a mídia na contemporaneidade passa a ter um significado do conjunto material e imaterial que está contido na comunicação social, a qual se estabelece como extremamente necessária à sociedade moderna, onde as pessoas estão cada vez mais dependentes dela para suas ações individuais ou coletivas, seja na família, nas relações afetivas e sociais ou no ambiente de trabalho.

Como afirmam Barbosa e Silva (2010), se aproveitando dessa dependência, a mídia, utiliza seu poder de persuasão para “manipular” o pensamento dos seus telespectadores. A autora também defende que a mídia determina o que vão pensar as pessoas quando define a pauta de seu conteúdo, propagando seu discurso. Segundo a mesma “o discurso é compreendido como uma forma de difusão de

significados que exerce papel não somente para a elaboração, a transmissão e a reprodução de referências, ideias, valores, como também de preconceitos” (p. 134).

Nesse sentido, de acordo com Alakija (2012), a mídia age no comportamento das pessoas, interferindo também nos processos de construção de identidades, dentre elas, a identidade racial. Desse modo, percebe-se que a identidade dos negros tem sido “dissolvida” ao longo da história.

De acordo com Diogo (2004, p. 11), “em 1999, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) apontava que 55,3% da população do país eram brancos, 39,3% pardos e 4,9% negros. Os afro-brasileiros eram, portanto, 44,2% do total da população do país”. Mas, segundo Santos (2009), a participação dos negros na publicidade televisiva tem sido irrisória.

Um levantamento realizado pelo instituto de pesquisa Datafolha, em 1995 (...) descreveu a pouca utilização de negros na publicidade televisiva: considerando apenas intervalos comerciais durante 115 horas de programação das principais emissoras de televisão da cidade de São Paulo, demonstrou que a proporção de comerciais com a participação de negros varia entre 4,7% e 17,8%. (...) na maioria das vezes, o negro aparece nas publicidades em papéis secundários (p. 4).

Para além da publicidade, essa questão se repete também nas novelas. O documentário de Joel Zito de Araújo, intitulado *A negação do Brasil: o negro nas telenovelas brasileiras* revela que, quando o ator negro ou a atriz negra recebia papéis para atuar nas novelas, geralmente, estavam ligados a escravatura, a papéis de subordinação: como um amigo fiel, empregada, a “mommy” ou “mami” (criada da casa com uma relação afetiva muito forte com seus senhores ou patrões). Não importava a experiência teatral que os (as) atores e atrizes tinham, de acordo com um diretor de telenovelas, esteticamente, os negros não eram compatíveis com a televisão.

Houve pequenas mudanças, construídas paulatinamente, através da luta do movimento negro, como dito anteriormente, pela luta do seu espaço, até mesmo na mídia, com o intuito de quebrar com esses estereótipos historicamente construídos. Alakija (2012) aponta que essas mudanças estão associadas à visão capitalista da comunicação social, para atender a classe média negra que constitui “mais de 15% da população do país e que movimenta em torno de 50 bilhões de reais por ano” (p. 140 apud FAUSTINO, 2008; MARTINS, 2008; PINHEIRO, 1999).

Mas, mesmo assim, segundo Santos (2009), a imagem do negro continua sendo associada, mesmo que mascarada e sutilmente, a tudo o que sempre foi associado: a escravidão, a violência, a subordinação, a sexualidade, etc. Se não isso, a um atleta ou um artista que teve “sorte na vida” ou lutou muito pra “estar onde está”. Isso confirma com o pensamento de Diogo (2004), quando a autora diz que a mídia impressa não reconhece os negros como agentes sociais por não estarem representados nas páginas editadas ou, quando aparecem para serem representados com recortes estigmatizados, “veja-se a reiteração de estereótipos de negros atletas, artistas ou marginais” (p. 15 apud PEREIRA e GOMES, 2001).

Dessa forma, a mídia, seja impressa ou televisiva precisa muito se reformular no que se refere às questões raciais no Brasil, pois ainda reforça a estereotipia do negro e conseqüentemente o racismo, construindo identidades destorcidas do que é ser negro e demonstrando que pouco está comprometida com a luta pela igualdade racial no Brasil, reforçando, também, a visão da pseudodemocracia racial no nosso país.

2.3. Educação de Jovens e Adultos e as relações raciais

Falar de EJA é, primeiramente, falar de diversidade. Segundo Moura (2011), várias são as questões envolvidas nessa modalidade. Sejam elas socioeconômicas, de gênero, sexualidade, de idade ou raça, interferem diretamente na identidade do público que atende. A EJA é constituída principalmente por pessoas negras e nossa discussão envolve a identidade e as relações raciais ligadas a esses sujeitos, como se verá abaixo.

De acordo com Ferreira e Camargo (2011), em 1996, foi realizada a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a qual apontou as desigualdades raciais na educação. Segundo o estudo, o índice de analfabetismo entre pessoas entre 14 e 15 anos é 12% maior em negros do que em brancos. “A evasão escolar ocorre principalmente com os brasileiros afrodescendentes, sujeitos a condições socioeconômicas desfavoráveis, o que acaba por favorecer a reprodução das desigualdades na distribuição de renda” (p. 379).

A EJA é constituída, em sua maioria, por pessoas em condições socioeconômicas baixas bem como, por pessoas negras. Foi para esse público que, durante toda a história brasileira, a educação foi negada. De acordo com Moura (2011), os jovens negros e pobres retornam a essa modalidade com o intuito de retomar e concluir os estudos da educação básica, porque, por diversos motivos, tiveram que interrompê-los.

Concordamos com Gomes (2005, p. 90), ao afirmar que “pensar na realidade da EJA hoje é pensar a realidade de jovens e adultos, na sua maioria negros, que vivem processos de exclusão social e racial”. Não há como trabalhar com esse público sem pensar sobre a história e a cultura de sua raça. Como vimos anteriormente, a teoria do embranquecimento é muito forte e ofusca a identidade do negro na nossa sociedade. Assim, devemos pensar que as políticas públicas voltadas para essa modalidade devem abarcar essa discussão.

Não só as políticas públicas, mas, de acordo com Moura (2011), as práticas educativas em sala de aula devem estar contextualizadas com essa temática, abordando, principalmente a história e a cultura afro-brasileira, até mesmo porque, desde 2003, se tornou obrigatória no currículo oficial da rede de ensino do nosso país. De acordo com a Lei 10.639/2003,

o conteúdo programático a que se refere o caput deste artigo incluirá o estudo da História da África e dos Africanos, a luta dos negros no Brasil, a cultura negra brasileira e o negro na formação da sociedade nacional, resgatando a contribuição do povo negro nas áreas social, econômica e política pertinentes à História do Brasil (§ 1º, BRASIL, 2003).

É inadmissível que os sujeitos que constituem a EJA continuem sem saber do contexto histórico ao qual estão inseridos. Gomes (2005), na sua experiência com a coordenação dos programas de Ações Afirmativas na UFMG, demonstra que os jovens e adultos têm interesse em conhecer mais sobre a história da luta do movimento negro e que eles fortalecem sua identidade étnico-racial através daquele conhecimento. Além de desenvolver um maior senso crítico sobre o assunto, quando fortalecida a sua identidade racial, passam a adotar uma estética corporal que condiz com a cultura de seu povo, de sua raça.

Por isso, concordamos com Moura (2011, p. 68), quando ela diz que:

deve a escola, portanto, desenvolver projetos e políticas de inclusão que contemplem as questões raciais, pois esses projetos podem contribuir para o

desenvolvimento de mudanças identitárias na forma como os jovens e adultos negros(as) se vêem, lidam e se posicionam no mundo, podendo se apresentar como uma oportunidade para que ressignifiquem suas identidades negras. Tais projetos podem contribuir, assim, para que a negritude dos alunos(as) deixe de ocupar um lugar de negatividade e ocupe um espaço de orgulho e afirmação.

Nessa direção, defendemos que o fomento de pesquisas que inter cruzem a modalidade da EJA com a temática racial; a promoção de debates com esses sujeitos sobre a história e a cultura afro-brasileira e africana, tentando entender o que pensam os alunos sobre essa temática, sobre racismo, identidade racial e como eles se definem, contribuirá para o fortalecimento das identidades raciais dos/das estudantes da EJA.

2. Metodologia

Nossa metodologia se baseia na pesquisa qualitativa que, de acordo com Minayo (2002), “trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis” (p. 21). Segundo a autora, é através dessa abordagem que podemos entender melhor as significações das relações e das ações dos seres humanos.

A pesquisa foi realizada com numa turma do Módulo I – que passou para o módulo II – de EJA, em uma escola municipal da Região Metropolitana de Recife, situada no município de Igarassu. Nossos instrumentos metodológicos foram as entrevistas semiestruturadas realizadas com dez alunos.

Com relação ao nosso instrumento, a autora Op. Cit. (2002, p. 57) vem dizer que a entrevista “não significa uma conversa despreziosa e neutra, uma vez que se insere como meio de coleta dos fatos relatados pelos atores, enquanto sujeitos-objeto da pesquisa que se vivenciam uma determinada realidade que está sendo focalizada”.

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

Minayo (2002) vem confirmar a importância desse procedimento, quando diz que: “sobre o registro das falas dos atores sociais que participam da investigação, observamos que é possível trabalharmos com um sistema de anotação simultânea da comunicação ou fazermos uso de gravações” (p. 63). Destacamos sua importância pela captação total das falas, quando essas não são contempladas quando anotadas na presença do sujeito entrevistado.

A análise dos dados está sendo realizada através da análise de conteúdo temática, a qual tem como referência teórica Franco (2008) e Bardin (2004). No processo de transcrições das falas das entrevistas estamos montando um quadro analítico para categorizarmos as respostas. Para cada pergunta observamos as respostas que se entrecruzam e as agrupamos em categorias e subcategorias, quando necessário.

3. Resultados

Nesta sessão destacamos a análise de parte das entrevistas, pois a mesma encontra-se em andamento. Categorizamos apenas uma parte das respostas equivalente às primeiras perguntas.

Para analisarmos o que os alunos da EJA entendem sobre racismo e sobre o racismo na publicidade brasileira, verificamos como eles como se auto identificavam racialmente, utilizando o

padrão do IBGE². As entrevistas foram feitas com 10 sujeitos, sendo 3 alunas e 7 alunos, de faixa etária entre 29 e 64 anos. Desses 10 alunos, 1 se denominou com a raça parda, 4 com a raça preta, 1 com a branca, 1 indígena e 3 sem definição, pois se intitularam-se como morenos. Percebemos nesse momento que, geralmente, os alunos que se auto identificaram como morenos ou pardos tiveram certo receio de dizer sua raça, ou não tinham certeza, precisavam de que “o outro” confirmasse o que diziam, o que não percebemos nas falas dos alunos que se declararam brancos ou pretos.

“Sou morena, né? No caso é parda, né?” (Aluna 1).

“A minha raça é parda, né?” (Aluno 6).

“...moreno, né?” (Aluno 10)

4.1. Racismo como uma questão social

A segunda questão remetia ao que os alunos entendiam por racismo. Alguns deles tiveram dificuldade de entender esse conceito, por ser, para muitos, denso, mesmo sendo exemplificado ou colocado de outra forma, com outras palavras, por exemplo, preconceito de cor. Mas, pudemos perceber que na maioria das respostas eles tentavam interpretar da sua forma.

Uma das alunas destaca o racismo como uma relação hierárquica entre brancos e negros, precisamente dentro do mercado de trabalho. De acordo com a fala dela, os empregos são destinados mais para a população branca do que a população negra.

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

Essa hierarquia é fruto de um construto histórico, desde a colonização na África do Sul, como aponta Munanga (1988), onde o racismo esteve arraigado, determinando a posição social do negro e do branco, assim como destaca o aluno:

“Racismo é...o que a gente sofreu, é...há um...o que os negros “sofreu” no tempo que os brancos mandavam, né? Aí muita gente hoje em dia acha que ainda deve continuar isso...mas, isso é errado, né? Aí por isso que acontece o racismo”. (Aluno 5).

Observamos, dessa forma, que esses alunos compreendiam que o racismo determinava o lugar social do negro, os espaços que ele deve ocupar e em que nível hierárquico isso acontece, determinado, implicitamente, pela cor de sua pele. Isso resulta, no âmbito discursivo, na subordinação de uma raça sobre a outra, como nos aponta Munanga (1988), gerando o processo de assimilação que, nesse caso, se configura como o embranquecimento cultural, ou seja, a absorção da cultura do branco pelo negro, com o fim de sanar a inferioridade que lhe foi imposta.

4.2. Racismo como uma questão estética

A questão racial está diretamente ligada com a questão estética, do belo, identificado com o padrão de beleza do homem e da mulher branca. Vejamos algumas falas que destacamos nessa categoria:

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

2 Branca, Amarela, Preta, Parda, Indígena ou Sem declaração.

O aluno 2 pareceu se identificar mais com a cor negra. Ele se auto identificou como negro e teve um discurso diferenciado em relação ao processo de embranquecimento e assimilação. Ele demonstrou ter orgulho da raça a qual assumiu pertencer.

Vejam outras falas que remetem a questão da estética racial:

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

“É...não gostam de um preto” (Aluno 7).

O que pudemos perceber nas falas da aluna e do aluno acima é que a questão estética interfere na autoestima do sujeito negro. A estética negra sendo desvalorizada resulta no processo de embranquecimento, o qual delimita um padrão de beleza tomando a normatividade branca como referência, fazendo com que o sujeito perceba que sua cor não é considerada bonita na nossa sociedade.

O embranquecimento, como aponta Ferreira e Camargo (2011), se caracteriza como a incorporação de valores determinados como ideais pela sociedade branca, a qual, ao mesmo tempo, desqualifica os valores étnicos milenarmente construídos e subalterniza a cultura e história negra em detrimento da assimilação da cultura dominante branca.

4. Conclusão

Concluimos nossa pesquisa, baseados em dados parciais, que todo o percurso histórico das relações raciais desde a colonização dos negros na África do Sul, os discursos que emergiram dos escritos da época até a contemporaneidade com os adventos da tecnologia e a produção midiática que o negro tem sido objetificado, subalternizado, através das representações que a mídia faz desses sujeitos. Esses discursos interferem diretamente na vida desses indivíduos, na visão que tem de si sobre sua posição social, sobre acesso a cargos no mercado de trabalho, de maior ou menor prestígio, e sobre sua autoestima, pois ser negro, na sociedade brasileira, não é reconhecido como padrão de beleza. Nesse aspecto, não só a cor de sua pele é determinante, mas traços como boca, nariz, cabelo, ou seja, características étnicas do negro são tidas como sinônimo de imperfeição. A discussão sobre os resultados dessa pesquisa está ainda começando, pois há ainda o que ser analisado sobre a percepção dos alunos sobre os discursos racistas presentes na publicidade brasileira.

5. Referências

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

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

BARBOSA, Erly Guedes; SILVA, Silvano Alves Bezerra da. Cor e sexo no jornalismo: representações das mulheres negras nas páginas de duas revistas femininas. **Revista da ABPN** v. 1, n. 2 – jul.-out. de 2010, p. 133-156. Disponível em: <<http://www.abpn.org.br/Revista/index.php/edicoes/article/view/60>>. Acesso em 09/05/2012.

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

BRASIL. *Lei n. 10.639, de 9 de janeiro de 2003*. Altera a Lei no 9.394, de 20 de dezembro de 1996. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF, 10 de Jan.2003. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/L10.639.htm>. Acesso em: 24/10/2012.

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

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

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

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

FERRO, Rogério. O negro sem cor no telejornalismo brasileiro. In: BORGES, R. C. S.; BORGES, R. (orgs.). **Mídia e racismo**. Petrópolis. RJ: DP et Alii; Brasília, DF: ABPN, 2012.

FRANCO, M. L. P. B. **Análise de Conteúdo**. Brasília, 3ª edição: Liber Livro Editora, 2008.

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

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

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

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

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

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