

# Memória estereotipada: a representação do negro nas páginas da revista *Veja*<sup>1</sup>

*Renné Oliveira França*<sup>2</sup>

## Resumo

O artigo pretende examinar como o discurso da revista *Veja* atua na construção de representações estereotipadas a respeito do negro, influenciando no sentido de uma memória social que compartilha e fixa identidades. Para tal, parte-se das discussões de Stuart Hall e Roland Barthes a respeito das representações em uma tentativa de articular suas ideias com a ótica da ideologia do discurso apresentada por Teun Van Dijk.

*Palavras-chave:* Representação. Discurso. Memória. Jornalismo. *Veja*.

## Abstract

The paper examines how the discourse of *Veja* magazine works at building stereotypical representations of the black people, influencing the meaning of a social memory that shares and fix identities. To this end, the discussion of Stuart Hall and Roland Barthes about the representations is articulated with the perspective of Teun Van Dijk about the discourse's ideology.

*Keywords:* Representation. Discourse. Memory. Journalism. *Veja*.

## Introdução

Partindo de uma tentativa de aproximação das questões de Stuart Hall sobre as representações do Outro com a ideologia do discurso em Van Dijk, este trabalho propõe observar a forma como o negro brasileiro aparece nas páginas da principal revista de informação do país. O objetivo é perceber como o sistema de representações construído molda os sujeitos, criando e reforçando estereótipos. Hall privilegia as representações visuais para perceber como a “diferença” é mostrada no espaço midiático e como estas produções mobilizam atitudes, medos e ansiedades, contribuindo para a manutenção do senso-comum. As imagens e textos serão percebidos com especial atenção na ambiguidade das representações, discutindo seus níveis denotativos e conotativos.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no XI Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais.

<sup>2</sup> Doutor em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Professor do departamento de Comunicação das Faculdades Metropolitanas Unidas (FMU – SP).

Estas formas de construção do estereótipo serão analisadas em um produto midiático específico, onde as imagens do negro como servo, entertainer ou reduzido à sua força física continuam a ser exploradas. As revistas disponibilizam o mais variado repertório de assuntos, formando um verdadeiro mural de informações, interpelando os sujeitos que possuem à sua disposição esse variado repertório de assuntos que chegam até ele através de imagens e manchetes. *Veja* é a revista mais vendida e mais lida no Brasil. Trata-se da única revista semanal de informação no mundo a desfrutar de tal situação. Em outros países, revistas de informação têm grandes tiragens, mas nenhuma é a mais vendida. Com cerca de 1.200.000 exemplares vendidos toda semana, no mundo todo só perde em vendas para as norte-americanas *Time*, *Newsweek* e *US News*.

Para este trabalho, foram observadas as matérias principais de três edições de *Veja* que deram capa aos negros: “Negros” (11/05/1988), “Escravidão” (15/05/1996) e “A Classe Média Negra” (18/08/1999). Os estereótipos produzidos pela mídia reduzem, naturalizam e fixam a diferença, tornando-se fonte de construção identitária e fonte simbólica de representações sociais que sobrevivem através dos tempos, reforçando-se e fixando-se na memória social.

É pela representação dos valores de uma cultura que construímos a memória social de uma coletividade. O sensorial e o semântico interligam-se em nossa memória, que ao mesmo tempo em que necessita de textos logicamente organizados para ser transmitida, precisa – para dar sentido a estes textos - da articulação de conceitos representados por imagens. Pretende-se aqui olhar para essas representações midiáticas a partir de *Veja* buscando perceber de que maneira elas se confrontam e se completam. As representações racistas são, dessa forma, divulgadas de maneira naturalizada e se inserem no repertório simbólico da sociedade, fixando identidades e estigmatizações.

## Discurso e poder

A análise crítica do discurso, segundo van Dijk (2005), pretende perceber os modos como o abuso do poder social, a dominância e a desigualdade são postos em prática e reproduzidos. Busca-se fazer perguntas a respeito do modo como determinadas estruturas do discurso são utilizadas na reprodução da dominância social.

*Uma noção fundamental na maior parte do trabalho crítico sobre discurso é a de poder, e mais especificamente a noção de poder social de grupos e instituições. Resumindo uma análise filosófica e social complexa, iremos definir poder social em termos de controle. Assim, os grupos tem (mais ou menos) poder se forem capazes de controlar (mais ou menos) os actos e mentes dos membros de outros grupos (VAN DIJK, 2005, p. 22).*

O autor chama a atenção para o fato de membros de grupos sociais mais poderosos e as instituições terem um acesso mais ou menos exclusivo e um controle sobre um ou mais tipos do discurso público. As noções de acesso ao discurso e ao controle são bastante gerais, e a análise crítica do discurso busca explicar essas formas de poder. O discurso é definido na forma de um complexo de eventos comunicativos e o acesso e o controle podem ser definidos em relação ao contexto, que para van Dijk é compreendido como uma estrutura mentalmente representada das propriedades da situação social que são relevantes para a produção e compreensão do discurso (VAN DIJK, 2005).

*Consiste em categorias como a definição global da situação, a localização (tempo e espaço), as ações em curso (incluindo discurso e gêneros de discurso), os participantes em vários papéis comunicativo, social ou institucional, bem como as suas representações mentais: finalidades, conhecimento, opiniões, atitudes e ideologias (VAN DIJK, 2005, p. 24).*

Discurso é compreendido em um sentido amplo de “evento comunicativo”, incluindo interação conversacional, texto escrito, gestos, expressão facial, arranjo tipográfico, imagens e qualquer outra dimensão de significação semiótica. Van Dijk propõe uma análise do discurso “sociocognitiva”, sendo a cognição compreendida como as crenças, finalidades, avaliações e emoções. Já o conceito de sociedade é utilizado para incluir “as estruturas globais, sociais e políticas diversamente definidas em termos de grupos, relações de grupos, movimentos, instituições, organizações, processos sociais, sistemas políticos e propriedades mais abstratas das sociedades e culturas” (Van Dijk, 2005, p. 38).

Da relação entre as dimensões cognitivas e sociais combinadas, pode ser definido o contexto relevante do discurso. O autor explica que não há uma metodologia pronta para ser aplicada na análise crítica do discurso, sendo que para cada estudo é necessário efetuar uma análise própria que leve em conta este triângulo discurso, cognição e sociedade.

Van Dijk entende que os tópicos do discurso desempenham um papel fundamental na comunicação e na interação, sendo definidos como “macro-

estruturas semânticas”. Derivados de estruturas locais (micro), os tópicos são o significado global que os utilizadores da linguagem formam na produção e compreensão do discurso, e organizam mentalmente estes significados: “Daí também a relevância social dos tópicos no discurso, na interacção e na estrutura social: são eles que definem o rumo a seguir pelos falantes, organizações e grupos, e isso tem o maior impacto no discurso posterior e na acção” (VAN DIJK, 2005, p. 41).

Estes tópicos não são observados diretamente, mas são atribuídos ao discurso pelos utilizadores da linguagem. O significado pode ser realçado para controlar a compreensão dos chamados “modelos mentais” do acontecimento no discurso.

São os chamados significados locais, entendidos como os significados das palavras, estrutura das proposições e da coerência. “Os significados locais constituem o resultado da selecção feita pelos falantes ou escritores dos seus modelos mentais dos acontecimentos, ou das suas crenças mais gerais socialmente partilhadas” (VAN DIJK, 2005, p. 43). Van Dijk compreende que são estes significados que são melhor lembrados e mais facilmente reproduzidos pelos receptores. Há significados implícitos e indiretos no texto, sem serem expressos de maneira explícita. A informação implícita estaria no modelo mental dos utilizadores de um texto, mas não no texto em si.

O modelo mental é aquilo que define, em uma situação comunicativa, um modelo contextual. São as representações que controlam muitas características da produção do discurso e da sua escolha. Constituem a interface entre a informação mental (conhecimento) sobre um acontecimento e os significados concretos construídos no discurso.

*O que sabemos ou aquilo em que acreditamos, seja sobre um acontecimento específico, coisa ou pessoa, ou seja mais globalmente, não precisa de ser totalmente exposto no discurso, quer porque é irrelevante quer porque é redundante. Os modelos contextuais fornecem assim os constrangimentos que permitem aos utilizadores da linguagem fazer selecções contextualmente relevante de informação e construir as mesmas como significados a ser expressos na fala (VAN DIJK, 2005, p. 50).*

Van Dijk explica que os utilizadores da linguagem não formam modelos mentais apenas da situação em que interagem, mas também dos acontecimentos ou situações sobre os quais falam ou escrevem. Os discursos são interpretados como coerentes em relação aos modelos mentais que os utilizadores tem sobre os

acontecimentos referidos. É o modelo mental dos acontecimentos que forma a base para a produção e compreensão do discurso.

*Os modelos contextuais e modelos de acontecimentos são representações mentais na memória episódica, quer dizer, a parte da memória de longo prazo onde as pessoas armazenam o seu conhecimento e opiniões sobre episódios em que participam ou sobre os quais lêem/ escrevem (VAN DIJK, 2005, p. 52).*

Compreender um discurso significa ser capaz de construir um modelo para ele, e é o modelo mental do acontecimento que forma o ponto de partida dessa compreensão. Os modelos atuam na formação da interface entre discurso e sociedade, pessoal e social. Os modelos mentais não só representam crenças pessoais, mas também representações sociais. Desta forma, o que lembramos de um discurso não é tanto o seu significado, mas o modelo mental que construímos durante a sua compreensão. Ou seja, as representações socialmente partilhadas são expressas no discurso através de modelos mentais de um acontecimento específico.

*Isso significa que as representações sociais são 'particularizadas' em modelos mentais e são expressas no texto e na fala frequentemente através de modelos mentais. E, inversamente, é através dos modelos mentais do discurso quotidiano, tais como conversações, relatos noticiosos na imprensa escrita e manuais, que adquirimos o nosso conhecimento sobre o mundo, as nossas atitudes socialmente partilhadas e, por último, as nossas ideologias e normas fundamentais e valores (VAN DIJK, 2005, p. 53).*

Para a compreensão destas representações, a análise do discurso busca considerar, de maneira relacionada, estruturas e estratégias fonéticas, gráficas, morfológicas, sintáticas, estilísticas, retóricas, interacionais. É uma análise que busca dar conta de todas estas relações textuais de um lado, e também dos contextos cognitivos, sociais, culturais e históricos de outro. Para a compreensão do modelo mental, é preciso então buscar esta relação das representações às quais o discurso dá origem.

*Esta representação de um acontecimento na memória é designada como modelo (da situação ou do acontecimento). Um modelo representa aquilo que um utente da linguagem compreendeu sobre o acontecimento que o texto refere, e nós compreendemos um texto se formos capazes de construir um modelo mental do acontecimento referido (VAN DIJK, 2005, p. 69).*

O modelo não possui apenas a informação que é expressa no texto, mas outras informações sobre o acontecimento, que se assume que os receptores do texto já possuem. É preciso, então, estar atento a toda essa dinâmica de produção de

sentido, para uma análise do discurso que dê conta de chegar a um esboço dos modelos mentais formados pelas representações sociais nas capas de *Veja*.

Van Dijk explica que as representações sociais estão localizadas na memória social e podem ser conceitualizadas como redes hierárquicas, organizadas por um conjunto limitado de categorias nucleares relevantes. Já os modelos mentais (representações cognitivas de experiências pessoais e interpretações) estão localizados na memória episódica.

*Os modelos representam as interpretações que os indivíduos fazem de outras pessoas, de eventos específicos e de ações, e constituem essencialmente a contraparte cognitiva das situações. Quando as pessoas observam uma cena ou ação, ou lêem ou ouvem sobre tais eventos, elas constroem um modelo único dessa situação ou actualizam um modelo antigo. Os modelos, então, constituem também a base referencial de categorias bem conhecidas como Localização (tempo e local), Circunstâncias, Participantes, e Evento/Ação, cada uma das quais possivelmente acompanhadas por um modificador avaliativo (VAN DIJK, 2005, p. 101).*

Os modelos formam a interface entre as representações sociais gerais e os usos individuais dessas representações na percepção social, na interação e no discurso: “A interpretação de cenas sociais, mas também o planejamento do discurso ou da interação, são baseados em modelos” (VAN DIJK, 2005, p. 101). Os indivíduos podem ter opiniões pessoais divergentes das opiniões gerais do seu grupo por causa das experiências pessoais. Ao mesmo tempo, os modelos constituem a base do conhecimento geral e das próprias representações sociais.

“Através de processos de generalização e de descontextualização os (conjuntos de) modelos podem ser transformados em guiões (scripts) e atitudes” (VAN DIJK, 2005, p. 101). Transformados em roteiros, os modelos se tornam ferramentas de análise para se perceber como eles guiam as estratégias de formação das impressões e traduzem regras e normas sociais em um discurso específico.

“Os modelos não representam apenas o conhecimento que temos das ações, de outros acontecimentos e dos participantes nesses acontecimentos, mas também as opiniões específicas, pessoais, que acerca deles formamos” (VAN DIJK, 2005, p. 146). *Veja* possui um discurso próprio, que se revela nesses modelos específicos, que interpretam os acontecimentos. É por isso que um mesmo acontecimento pode ser representado de maneiras diferentes por diferentes instituições (ou meios de comunicação).

*Os modelos são representações mentais utilizadas para uma análise (produção discursiva ou compreensão) nos dois sentidos. Por um lado, instanciam e aplicam cognições sociais em situações específicas, pessoais. Por outro lado, constituem a base experimental de processos de generalização, abstração e descontextualização, inerentes à formação do conhecimento e de atitudes, comuns a membros de grupos (VAN DIJK, 2005, p. 147).*

Van Dijk também chama a atenção para os modelos contextuais, em que as escolhas lexicais e a ordem das palavras (gírias, jogos de linguagem, ironias) são percebidas/compreendidas, somente dentro de um contexto social específico. O modelo contextual necessita da contextualização sócio-temporal em que as capas foram lançadas para sua perfeita compreensão.

## O espetáculo do outro

No livro *Representations*, Stuart Hall apresenta um capítulo chamado “The Spectacle of the Other” em que propõe olhar para as formas e práticas discursivas usadas para representar a “diferença” na atual cultura popular, em uma tentativa de investigação do local de onde surgem os estereótipos. Debruçando-se principalmente nas representações midiáticas dos negros, o autor propõe que as imagens exibidas na cultura popular dos meios de comunicação de massa são um dos principais responsáveis pela dispersão e manutenção dos estereótipos. Estas imagens inserem-se na sociedade na forma de significados que são culturalmente compartilhados.

Segundo Hall, cultura é compartilhamento de significados, e é na linguagem onde esses significados são produzidos e trocados e damos sentido às coisas. Buscando perceber como a linguagem constrói significados, ele a compreende como um sistema de representação, onde usamos signos e símbolos para representar para os outros nossos conceitos, ideias e sentimentos. Linguagem seria, então, um dos meios pelos quais pensamentos e valores são representados na cultura. Entendendo a cultura como sentimentos, emoções e ideias, podemos pensar os significados culturais como aquilo que organiza e regula práticas sociais, influenciando nossas condutas e tendo como consequência efeitos reais e práticos.

As coisas em si não possuem um significado único, fixo e imutável: são os sujeitos participantes na cultura que dão significados aos objetos, pessoas e acontecimentos. É pelo nosso uso das coisas (o que dizemos, pensamos e sentimos em relação a elas), que as representamos, e assim damos a elas significados. Usando a discussão de K. Woodward sobre cultura e identidade, Hall aponta o poder dos

significados para nos dar um sentido de quem somos e onde pertencemos, sendo produzidos e trocados em todas as interações sociais e pessoais das quais fazemos parte, incluindo, claro, a mídia. O que nos faz retornar à linguagem como sistema de representação.

A mídia, obviamente, opera através da linguagem, e é a linguagem que promove a circulação e produção de significados. Isso é feito através de elementos como sons, palavras, gestos, expressões e até roupas que funcionam como símbolos que carregam significados, representando os sentidos que se pretende comunicar. Hall busca uma abordagem discursiva para a compreensão da representação, pois acredita que no discurso pode-se perceber não apenas como a linguagem e a representação produzem significado, mas também como um discurso particular conecta-se ao poder, regulando condutas e construindo identidades e subjetividades, definindo a maneira como certas coisas são representadas, pensadas e estudadas.

Olhando para a linguagem como local privilegiado para a percepção da representação e focado nas estruturas do discurso, Hall opta por um método de análise voltado para os textos como local de visualização dos sentidos que circulam pela cultura. Entretanto, ele está sempre atento para o contexto da produção desses textos, uma vez que entende que um estudo da representação só pode ser feito tendo em mente o sistema cultural e social em que o significado simbólico circula (ou circulou). Isso porque a representação funciona menos como um modelo de um único transmissor, mas mais como um diálogo, sempre em uma interação dos lados do processo comunicativo: o significado vai sempre depender da relação das coisas com o mundo. É dessa relação dialógica que surge a representação, e é graças a esse processo interativo (que depende de códigos culturais comuns) que não podemos nunca ter a garantia de que uma representação se manterá estável para sempre.

A imagem possui então uma série de significados flutuantes, mas há um significado privilegiado que a representação tenta fixar acima de todos os outros. O significado é construído no sistema de representação, mas é no código onde se torna fixo, estabilizando-se dentro de diferentes linguagens e culturas; e o signo é sempre lido a partir de um significante que faz referência a um significado (Saussure). Assim, a interpretação é parte essencial para o processo de significação, uma vez que todo significante precisa ser decodificado pelo receptor. Apesar do próprio Hall apontar falhas no modelo de Saussure por focar apenas nas formas (especialmente na linguagem), não entrando em uma discussão de poder, historicidade e cultura, o

linguista é importante por mostrar a representação como prática discursiva, e a semiótica surge como uma ferramenta de análise importante das representações. O trabalho de Roland Barthes (1978) em *Mitologias* aparece como uma aplicação do modelo de Saussure aos discursos da mídia, buscando uma tentativa de desnaturalização de certos produtos, pessoas e acontecimentos, e de importante auxílio nessa análise da representação dos negros em *Veja*.

Barthes propõe a análise de certas imagens e discursos chamando a atenção para os sentidos que surgem ambíguos, sempre carregados de mais de um significado. Ele chama de mito esses signos recebidos como uma verdade inquestionável, mas que na realidade seriam uma forma, sistemas de significação que produzem um sentido onde significante e significado são ambos manifestos (o significado não se “esconde” atrás do significante, ambos estão presentes). Por isso Barthes chama a atenção para os aspectos denotativos e conotativos de todas as imagens, buscando, ainda, o significado privilegiado no discurso, que normalmente se dá pela conjunção da imagem com um texto.

Nas representações aqui analisadas a busca será por este discurso conotativo que muitas vezes se esconde sobre o sentido denotativo do texto. Para Hall estas representações marcam a diferença, ao mesmo tempo em que faz da diferença poderosa, estranhamente atrativa ou proibida. O estudo histórico que o autor faz das representações dos negros é de importante auxílio nesta análise. Estas representações tiveram início com a colonização europeia da África. Foi criado um discurso que era estruturado na oposição binária entre civilização (branco) e selvageria (negro). Do choque cultural surgiu uma ideia do negro como incapaz por não ter conseguido desenvolver um modo de vida civilizado na África. Disso resultou a noção de que o negro só encontra a felicidade sob a tutela do branco.

A diferença física entre o africano e o europeu transformou o corpo em discurso da diferença, e a cor da pele passou a significar primitivismo ou cultura. Assim, o negro passou a ser reduzido a diferenças físicas (lábio, cabelo, nariz), em uma estratégia discursiva para fixar a diferença. Durante a escravidão na América, surgiram as representações do negro como o servo feliz e devotado ou entertainer sem cérebro. É toda esta complexa construção discursiva ao longo dos anos irá dar origem aos estereótipos dos negros.

O estereótipo faz uso destas tipificações da diferença e reduz o ser a tipos, exagerando e simplificando. Tudo aquilo que não se encaixa em um discurso pré-

estabelecido vira diferença, e o estereótipo a fixa, reduz e naturaliza. Para Hall, o estereótipo é um elemento chave na violência simbólica, uma vez que estas representações passam a fazer parte da sociedade, influenciando a forma como as relações pessoais se estabelecem. Entra então na questão a relação entre representação e poder. O poder de representar alguém de determinada maneira é um dos poderes da mídia em estabelecer significados que se transformam em verdades compartilhadas.

A revista *Veja*, existindo desde 1968 e com uma média de um milhão e 200 mil exemplares vendidos por semana no Brasil é um destes locais de poder da representação. Suas imagens e textos chegam a milhões de pessoas e atuam na criação ou reforço de estereótipos. Nas três edições aqui observadas a revista apresenta um olhar para o negro que revela todo um sentido conotativo que acaba sendo simbolicamente mais forte.

## Veja e a representação do negro

Apesar de buscar apresentar uma representação positiva dos negros em capas que celebram o fim da escravidão ou o seu crescimento econômico, a revista *Veja* acaba por não conseguir escapar do estereótipo, tratando seus personagens sempre como o Outro, reduzido a tipificações que remetem aos anos de violência simbólica sofrida.

A edição do dia 11 de maio de 1988 pretende apresentar um panorama da participação e importância do negro na sociedade brasileira cem anos após a abolição da escravidão.

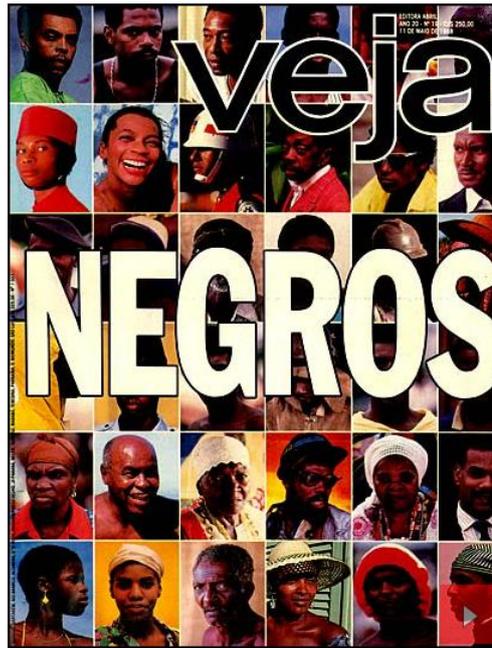


Figura 1: capa 11/05/1988

A proposta foi montar um perfil da população negra brasileira a partir de um ensaio fotográfico. A capa da revista apresenta um mosaico formado por várias fotografias no formato 3x4 em segundo plano e a palavra NEGROS em primeiro plano. A cor preta colore o título *Veja*, em referência à cor da pele e é utilizada no título como se a revista tivesse se “colorido” de negro. Entretanto, a palavra “negros” na chamada é branca. Os personagens negros nas fotografias da capa são tantos (36 fotos) que é impossível criar alguma noção de identidade (o único que se destaca, por estar ao lado do título *Veja* e com uma camisa verde – cor que não se repete na capa – é exatamente um negro famoso, o cantor Gilberto Gil). A cor da pele nas fotografias se mistura ao preto do título formando uma imagem única, como se fosse apenas um fundo para a chamada NEGROS. Apesar de ser uma capa cujo foco são os negros, sua forma de organização os transforma em uma massa indistinta e o branco acaba se destacando na chamada. Os negros acabam, dessa forma, “escondidos”, sem receber o destaque prometido. O uso do branco na chamada é também emblemático: a cor branca é comumente utilizada para simbolizar pureza, uma referência ao estereótipo do negro “domesticado”, bondoso.

O ensaio fotográfico, ao invés de apresentar o negro integrado à sociedade, acaba por excluí-lo ainda mais, marcando-o como diferente, pertencente a verdadeiros guetos simbólicos. Nas páginas 20 e 21, o negro é representado por um torcedor de futebol:



Figura 2: páginas 20 e 21 (11/05/1988)

Já nas páginas 24 e 25, temos o negro trabalhador:

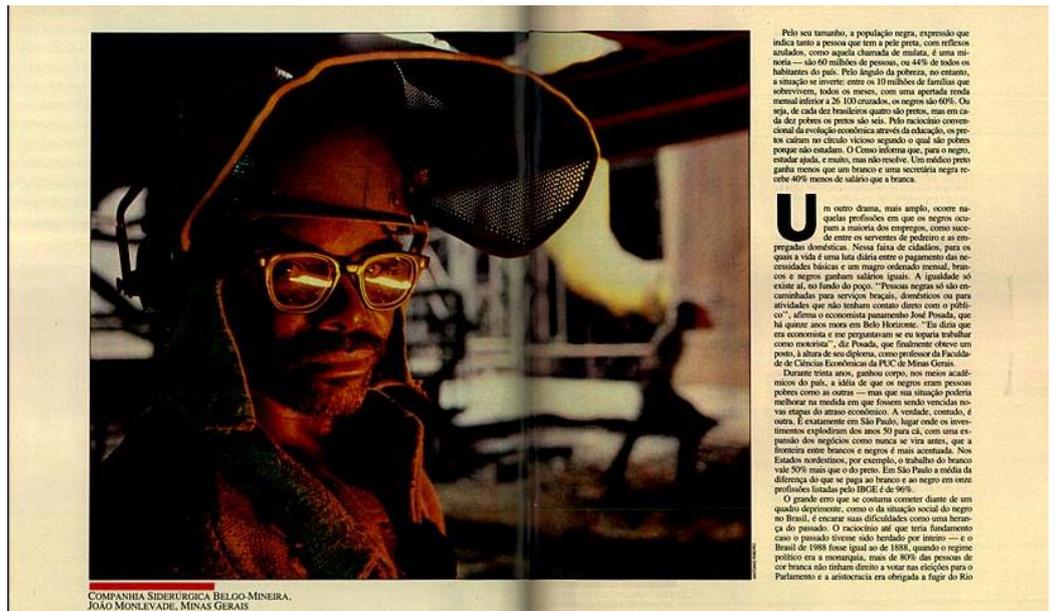


Figura 3: páginas 24 e 25 (11/05/1988)

Nas páginas 30 e 31, aparece a mulher negra:



Figura 4: páginas 30 e 31 (11/05/1988)

Nas páginas aqui apresentadas fica demonstrada a representação estereotipada: não há o negro bem sucedido, mas apenas aquele ligado à pobreza. O lugar do negro é bem demarcado, definido pelo estádio de futebol, a fábrica, a rua. A mulher negra é definida pelo atributo físico: seios e nádegas em destaque na fotografia. Não há em nenhum momento uma tentativa de compreensão do pensamento daquelas pessoas: elas são simples representações moldadas pela revista de forma a reforçar as antigas representações do negro satisfeito sob o jugo do branco, fisicamente poderoso e destinado à margem da sociedade.

Oito anos mais tarde, em 15 de maio de 1996, a revista retornou às representações do negro através do assunto escravidão. A proposta de compreender as heranças de uma cultura escravocrata no Brasil daquela época resultou em uma edição que utilizou apenas imagens de pinturas para representar os negros.



Figura 5: capa 15/05/1996

A imagem da capa já demonstra uma representação do estereótipo físico: a força, nariz, cabelo, lábios. Além disso, elimina o branco da culpa, colocando um negro como responsável pela violência contra os próprios negros. Um trecho da página 65 desta edição é bem revelador. Após narrar o terror que a população vivia quando havia fuga de escravos, e descrever a violência com que os negros fugidos tratavam os brancos, a revista encerra dizendo: “talvez não seja absurdo pensar que o medo é feito do mesmo material do que aquele que ocorre ao percorrer hoje uma rua do Rio de Janeiro, à noite”. O negro permanece representado como o escravo, aquele que estava melhor sob o domínio do branco e uma vez liberto é o responsável pela atual violência urbana. Na representação da revista, o negro solto nas ruas permanece causando o mesmo medo que provocava há mais de cem anos.

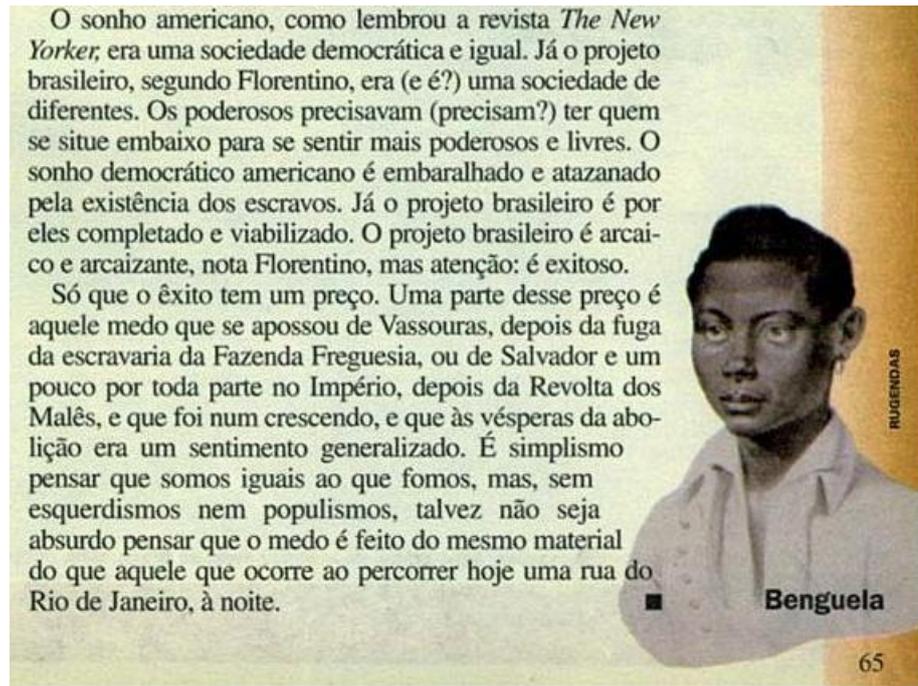


Figura 6: trecho da página 65 (15/05/1996)

Uma proposta de representação diferente aparece na edição de 18 de agosto de 1999. Aqui ocorre o que Hall chama de regime racial de representação. Ao propor mostrar o negro como parte da classe média, *Veja* faz a contestação do branco a favor do negro, colocando o negro ainda como o incapaz de lutar por seus direitos, dependente do branco para ter sua representação modificada.

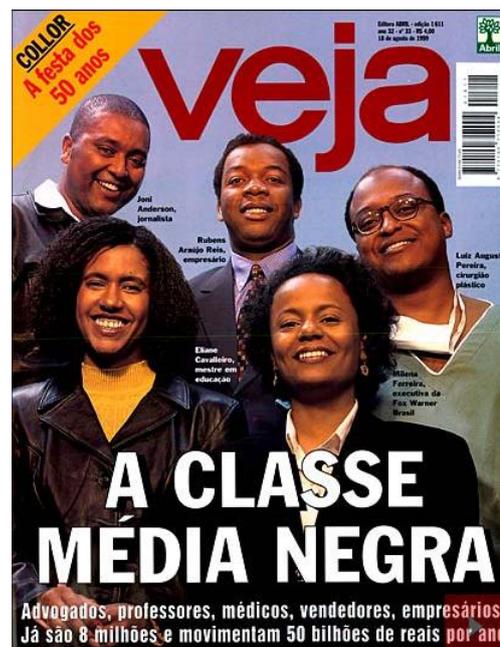


Figura 7: capa 18/08/1999

Apesar da tentativa de mostrar o negro integrado à sociedade, ele permanece o Outro, representado como a diferença. Os negros que aparecem na reportagem são tratados como a exceção, aquele que “apesar de” negro, conseguiu sucesso profissional. Isto fica muito claro no seguinte trecho da página 64:



Figura 8: trecho da página 67 (18/08/1999)

A legenda diz “... Conceição, que ficou com a vaga de um branco”. Na disputa negro x branco, a revista coloca o branco como se fosse aquele que deveria naturalmente conseguir a vaga de trabalho, retornando assim ao estereótipo da selvageria x cultura: uma visão do selvagem que se domesticou a tal ponto que foi capaz da façanha de conquistar uma vaga mesmo disputando com um branco. Este é um ótimo exemplo de como muitas representações que se passam como positivas acabam por naturalizar e reforçar estereótipos, escondendo-os sob um discurso liberal.

## Apontamentos finais

Aqui foram apresentados apenas breves exemplos das formas como o estereótipo do negro permanece vivo através de representações discursivas da mídia. Estas representações são repetidas de forma a perdurar no tempo, chegando a influenciar a formação de uma memória socialmente compartilhada. As edições de *Veja* foram percebidas aqui como locais de produção de representações

compartilhadas que atuam como ingredientes para a criação de uma memória coletiva poderosa, dado o alcance da revista junto aos brasileiros.

Em *História e Memória*, Jacques Le Goff aponta o papel importante da memória coletiva na evolução das sociedades. A memória apareceria como um dos principais locais de luta pela sobrevivência e pelo poder nas sociedades desenvolvidas e em desenvolvimento.

*A memória coletiva foi posta em jogo de forma importante na luta das forças sociais pelo poder. Tornar-se senhores da memória e do esquecimento é uma das grandes preocupações das classes, dos grupos, dos indivíduos que dominaram as sociedades históricas. (LE GOFF, 1998, p. 422)*

O olhar para a memória coletiva como instrumento e objeto de poder ajuda a entendê-la como configuradora de representações. Como afirma Le Goff, a memória comum é criada na inter-relação social, sendo conformada e perpetuada pelo Estado e pelos meios sociais e políticos.

*Fenômeno individual e psicológico, a memória liga-se também à vida social. Esta varia em função da presença ou da ausência da escrita e é objeto da atenção do Estado que, para conservar os traços de qualquer acontecimento do passado, produz diversos tipos de documento/monumento, faz escrever a história, acumular objetos. A apreensão da memória depende deste modo do ambiente social e político: trata-se da aquisição de regras de retórica e também da posse de imagens e textos que falam do passado, em suma, de um certo modo de apropriação do tempo. As direções atuais da memória estão, pois, profundamente ligadas às novas técnicas de cálculo, de manipulação da informação, do uso de máquinas e instrumentos, cada vez mais complexos. (LE GOFF, 1998, p. 419).*

A troca de informações coloca relações em articulação, conformando não apenas um habitus específico, mas partilhando memórias. Nesse processo de reconstrução do que Halbwachs denominou de memória coletiva - elemento de coesão dos grupos -, pressupõe-se a existência de uma “comunidade afetiva” (HALBWACHS, 1990). A memória individual não prescinde dos quadros sociais, ou seja, grupos e instituições, como a família, a escola, a igreja, os sindicatos e, por que não, a mídia: é também através dos produtos midiáticos que as informações partilhadas dão origem ao simbólico que configura a instituição e sua memória que precisa se perpetuar.

Os estereótipos nos discursos apresentados por *Veja* inserem-se na memória coletiva, criando um passado do negro como aquele inferiorizado intelectualmente e reduzido aos seus atributos físicos. Este passado reforça as representações do

presente, criando um círculo vicioso que dificulta que o estereótipo se encerre. Ao deter o poder da representação, a mídia cria “realidades” que, através do processo de trocas comunicativas, acabam sendo recebidas como verdade. Uma vez fixada, esta verdade é reproduzida na sociedade em forma de realidade, criando identidade. A luta pela representação acaba sendo também uma luta pelo passado. O artigo XIV do código de ética do jornalista informa que é dever do jornalista "combater a prática de perseguição ou discriminação por motivos sociais, econômicos, políticos, religiosos, de gênero, raciais, de orientação sexual, condição física ou mental, ou de qualquer outra natureza". Ao construir representações estereotipadas que fortalecem uma memória racista e tipifica a identidade, a mídia – e mais especificamente a revista *Veja* – vão de encontro ao que deveria ser o trabalho jornalístico. Suas representações induzem à perseguição e discriminação racial.

## Referências

- ANTUNES, Elton; VAZ, Paulo Bernardo. Mídia: um aro, um halo e um elo. In: GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera (Orgs.). *Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2006.
- BAKHTIN, Mikhail. *Estética da Criação Verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- \_\_\_\_\_. A interação verbal. In: *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- BARTHES, Roland. *Mitologias*. Rio de Janeiro: DIFEL, 1978.
- BENNETI, Márcia. A ironia como estratégia discursiva da revista *Veja*. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 16, 2007. Curitiba. *Anais...* Curitiba: COMPOS, 2007. v. 1.
- BERGER, P.; LUCKMANN, T. *A Construção Social da Realidade*. Petrópolis: Vozes, 1985.
- BERGSON, Henri. *Matéria e memória: ensaio sobre a relação do corpo com o espírito*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- CABECINHAS, Rosa. Identidades e Memória Social: estudos comparativos entre Portugal e Timor-Leste. In: Martins, M.; Sousa, H. & Cabecinhas, R. (Eds.) *Comunicação e Lusofonia: Para uma abordagem crítica da cultura e dos media*. Porto: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade e Campo das Letras, 2006.
- COSTA, I.T.M. *Memória institucional: a construção conceitual numa abordagem teóricometodológica*. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 1997. Tese defendida no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação.
- FRANÇA, Vera. Sujeitos da Comunicação, sujeitos em Comunicação. In: GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera (Orgs.). *Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2006.
- HALBWACHS, Maurice. *A Memória Coletiva*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1990.
- HALL, Stuart. *Representation: cultural representations and signifying practices*. London; Thousand Oaks, Calif.: Sage in association with the Open University, 1997.
- HUYSEN, Andreas. *Seduzidos pela memória*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.

- LE GOFF, Jaques. *História e Memória*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- RICOEUR, Paul. *A memória, a história e o esquecimento*. Campinas: Unicamp, 2007.
- SCALZO, Marília. *Jornalismo de revista*. São Paulo: Contexto, 2004.
- SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar a mídia?*. São Paulo: Loyola, 2002.
- VAN DIJK, Teun. *Discurso, Notícia e Ideologia*. Porto: Campo das Letras, 2005.
- VÉRON, Eliseo. *A análise do contrato de leitura: um novo método para os estudos de posicionamento de suportes impressos*. Vitória: UFES, 1999.