



**2º SIMPÓSIO NACIONAL SOBRE
DEMOCRACIA E DESIGUALDADES**
Brasília, 7 a 9 de maio/2014

**RAÇA, MÍDIA E POLÍTICA:
UM ESTUDO DAS MINISTRAS E DOS MINISTROS NEGROS NOS GOVERNOS LULA**

Juliana Lima Maia¹

Fernanda Ferreira Mota²

RESUMO

A pesquisa analisa a cobertura midiática de ministros(as) negros(as) durante o período dos governos de Luiz Inácio Lula da Silva, de 2003 a 2010, e como as representações presentes na mídia podem reforçar, mesmo no âmbito da própria mídia, estigmas e estereótipos. A hipótese central da pesquisa é que a mídia, como uma instância representativa, atuaria no processo de formação e/ou reforço de estereótipos acerca dos atores políticos. Neste sentido, o estudo indica alguns padrões na reprodução de estereótipos, principalmente raciais, em contextos nos quais as relações entre mídia e política são o âmbito em que a imagem pública dos indivíduos se define.

PALAVRAS-CHAVE: mídia, representação, opressão, imagem pública, estereótipos, raça.

ABSTRACT

The research analyzes the media coverage of black ministers during the government of Luiz Inacio Lula da Silva, from 2003 to 2010, and how the representations in the media can reinforce, even within the media itself, stigmas and stereotypes. The central hypothesis of the research is that the media, as a representative instance, act in the formation process and / or reinforcement of stereotypes concerning the political actors. In this sense, the study indicates some patterns in the reproduction of stereotypes, especially racial ones, in contexts in which the relations between media and politics are the sphere in which the public image of individuals is defined.

KEYWORDS: media, representation, oppression, public image, stereotypes, race.

¹ Mestre em Ciência Política pela Universidade de Brasília. E-mail: lmaia.juliana@gmail.com

² Doutoranda em Ciência Política pela Universidade de Brasília. E-mail: fernanda.politica@yahoo.com.br

INTRODUÇÃO E DISCUSSÃO TEÓRICA

O acesso ao campo da mídia é “condicionado pelas percepções dos agentes do campo jornalístico sobre o *que é* notícia e *quem* está dotado de autoridade para falar sobre determinadas questões” (Miguel e Biroli, 2008, p. 4).³ Analisar a cobertura midiática de políticos(as) negros(as) na mídia, passa, sobretudo, por discussões acerca das suposições, valores e padrões socialmente ativos, do lugar em que negros(as) estão situados na estrutura social e a dinâmica de injustiça a que estão subjugados quando se mobiliza as categorias de gênero e raça e as representações empreendidas pela mídia.

A partir de um entendimento estrutural da opressão, Young define grupo social como “um coletivo de pessoas diferenciadas umas das outras por tipos culturais, práticas, necessidades ou capacidades específicas, estruturas de poder ou privilégio” (Young, 2000, p. 90). Complementa-se a isso o entendimento de que a opressão é estrutural, mais do que o resultado de escolhas ou políticas, e está imersa em normas inquestionáveis, hábitos e símbolos que condicionam as instituições e as consequências coletivas em que todos seguem tais normas e regras (Young, 1990, p. 41).

Para Young não é possível eliminar a opressão reformulando as leis e regras de convivência que regem a sociedade porque tais práticas estão profundamente ligadas e são reproduzidas nas diversas instituições sociais. A formação de concepções, valores e normas dominantes que reduzem determinados grupos à invisibilidade ou a caracterizações específicas negativas é o que a autora denomina de imperialismo cultural. A invisibilidade surge quando os grupos dominantes não consideram que a perspectiva incorporada nas suas expressões culturais corresponde, de fato, a uma perspectiva social. Na maioria das vezes em que essas expressões culturais se abrem para a experiência de outros grupos, as menções ao outro são feitas de modo marginalizado, estereotipado.

Devido aos meios de comunicação de massa terem um controle significativo sobre parte importante do processo de construção das imagens públicas, eles contribuem tanto para o silenciamento das perspectivas sociais como para a construção de noções estereotípicas que associam os personagens midiáticos a disposições consideradas naturais àqueles grupos sociais. No caso dos(as) ministros(as) analisados, mesmo ocupando um cargo de indicação, a sua relação com a mídia é construída em parte com referência à cobertura dos meios de comunicação e isso influencia a construção de suas carreiras políticas. Há um referencial interativo onde estão os pressupostos, as convenções e os pontos de referência da interação social. Portanto, o indivíduo adaptará em parte o seu comportamento para que sua autoimagem seja compatível com esse referencial (Thompson, 2009, p. 301-302). Assim, o avanço na carreira política depende tanto da popularidade, conquistando

³ Pesquisa desenvolvida no âmbito do mestrado no Programa de Pós-graduação em Ciência Política, na Universidade de Brasília e do projeto de pesquisa “Gênero e política na mídia brasileira” CNPq (edital 57/2008).

adeptos externos ao campo político, como do reconhecimento dos pares, garantindo apoio às candidaturas e nomeações (Miguel, 2003b, p. 118). A preocupação com a exposição da mídia desses(as) políticos(as) contribui negativamente para as suas imagens se pensarmos na exposição de características que se distanciam do que é considerado positivamente para um bom político, por exemplo, a incompetência ou falta de informação e também aspectos da vida privada que serão julgados pela audiência (Thompson, 2009, p. 304).

A disputa política está vinculada a uma competição pela “construção, controle e determinação da imagem dos indivíduos, grupos e instituições participantes do jogo político” (Gomes, 2004). De maneira mais específica, o problema da imagem pública é que a etapa mais próxima de sua recepção e produção efetiva não está sob o domínio do campo político, mas dos meios de comunicação de massa (Gomes, 2004, p. 286). Desse modo, se a imagem pública de um(a) político(a) é central na disputa política atualmente, a utilização da mídia é indispensável para um avanço a pontos mais centrais do campo político. “A visibilidade nos meios de comunicação é uma condição importante para o reconhecimento público, em qualquer área de atividade, nas sociedades contemporâneas” sendo que a mídia também é responsável para estruturar a carreira política (Miguel, 2003b, p. 116). Particularmente voltado para esse estudo, a própria hierarquização dos cargos não se deve somente ao poder efetivo de cada um, mas também à visibilidade que dispõem (Miguel, 2003b, p. 116).

Para esse estudo da construção social da imagem, atentou-se especificamente à estereotipia, pois envolve a saliência de atributos (McCombs, 2009, p. 135) como um componente da formulação dessa imagem pública. Segundo Goffman, a sociedade possui meios de categorizar as pessoas e os atributos considerados como comuns e naturais para os membros de cada uma das categorias formadas. Os ambientes permeados pelas rotinas de relação social permitem um relacionamento com outras pessoas sem uma reflexão particular, o que se altera quando um “estranho” entra num desses ambientes, mudando a aferição de atributos, sejam de ordem identitária ou estrutural. São essas pré-concepções que as pessoas transformam em “expectativas normativas, em exigências apresentadas de modo rigoroso” (Goffman, 1982 [1963], p. 11-2). Goffman fala ainda em estigma como a atribuição específica para caracterizar esse estranho. É neste sentido que o estigma é “um tipo especial de relação entre atributo e estereótipo” (Goffman, 1982 [1963], p. 13). O autor também ressalta que a manipulação do estigma é ramificação de algo básico da sociedade, a estereotipia, ou seja, “o ‘perfil’ de nossas expectativas normativas em relação à conduta e ao caráter” (Goffman, 1982 [1963], p. 61).

Considerando uma crítica à compreensão de estereótipo como uma distorção da realidade, Biroli problematiza o entendimento de estereotipia como uma distorção, falsidade ou irrealidade (2011a, p. 75). Os estereótipos formam as representações da vida social que são internalizadas pelos indivíduos, ainda que sejam considerados desvantajosos de um ponto de vista normativo, aos

indivíduos não lhes escapa sua vivência concreta. Assim, as imagens estereotípicas, quando internalizadas, geram “padrões reais de comportamento que confirmam, potencialmente, os estereótipos” (Biroli, 2011a, p. 78). A mídia como difusora de informações em escala industrial tem grande impacto nesse processo de compreensão da realidade pelo público. A mídia não é a responsável por originar os estereótipos, mas pode colaborar para o seu impacto e permanência, pois se transformam em referências compartilhadas no âmbito individual e social (Biroli, 2011a, p. 84).

Neste sentido, para essa análise, deve-se considerar no processo de construção da imagem pública de agentes do campo político, a associação entre as imagens desses atores sociais e os papéis que a eles estão atribuídos. E, a partir disso, avaliar em que medida as caracterizações são desvantajosas ou não e como contribuem para a posição social desses atores no campo político e midiático. Ao conceber esse processo complexo de formação estereotípica, e como isso se conforma na mídia e no campo político, deve-se pensar como as relações se organizam em termos de poder e com base na opressão, que conforma grupos em posições subalternas e legitima outros em posições vantajosas deste ponto de vista.

CORPUS DA PESQUISA E METODOLOGIA

A pesquisa analisa a cobertura midiática de duas revistas semanais de grande circulação no país, *Época* e *Veja*⁴, dos ministros(as) negros(as) que o Brasil já teve entre os anos de 2003 e 2010. O período escolhido, nos governos de Luiz Inácio Lula da Silva, justifica-se pelas ações governamentais voltadas para a população negra⁵, bem como uma grande indicação de homens e mulheres negros(as) em cargos no primeiro escalão em âmbito federal. Além disso, nestes governos foram criadas as secretarias especiais com *status* ministerial, que também foram consideradas na pesquisa justamente por uma delas ter como marco ações específicas para a população negra.

A base de dados foi composta por duas amostras. Uma parte por matérias que citaram a personagem nos dois meses anteriores e nos dois posteriores à entrada e saída do cargo de ministro(a). E outra por matérias com base nas principais temáticas em que os(as) ministras(as) foram citados(as), abrangendo um período de 30 dias para verificação (15 dias antes e 15 dias após a data de citação na matéria).⁶ No total foram analisados 6 ministros(as) negros(as): Benedita da Silva (Assistência Social), Edson Santos (SEPPIR), Gilberto Gil (Cultura), Marina Silva (Meio Ambiente),

⁴ A revista *Época* surgiu em 1998, da Editora Globo, tem uma tiragem semanal de aproximadamente 400 mil exemplares e disponibiliza suas edições on-line, com algumas seções disponíveis apenas para assinantes. Já a revista *Veja*, da Editora Abril, surgida em 1968, tem uma tiragem de mais de um milhão de exemplares por semana e possui todo o seu acervo digitalizado e com livre acesso.

⁵ Uma análise acerca deste assunto está em Feres et al, 2011.

⁶ A partir de uma primeira verificação da presença de todos(as) os(as) ministros(as) na cobertura da imprensa no período, por meio de um piloto feito com a revista *Veja*.

Matilde Ribeiro (SEPPIR) e Orlando Silva (Esportes). E os(as) ministros(as) brancos(as): Agnelo Queiroz (Esportes), Carlos Minc (Meio Ambiente), Emília Fernandes (SPM), Juca Ferreira (Cultura), Marta Suplicy (Turismo) e Nilcéa Freire (SPM).

A pesquisa analisou 237 matérias (reportagens, artigos, editoriais, colunas, cartas de leitor, notas e entrevistas), que correspondem ao número total de matérias selecionadas, ou seja, todas aquelas em que o(a) ministro(a) foi citado(a). Recorreu-se ao preenchimento de uma ficha de leitura para cada matéria em que eles(as) foram citados(as), de acordo com metodologia já testada anteriormente (Miguel e Biroli, 2005). Esses dados foram inseridos em *software* de tratamento estatístico *Sphinx Lexica*, que dentre as observações feitas, permitiu contabilizar o número de aparições, o tipo de matéria em que eles(as) foram citados(as), o motivo de serem citados(as), os aspectos de suas trajetórias políticas, se possuíam “voz”, as adjetivações relacionadas, referências a familiares ou vida privada, aparição em imagens, etc.

RESULTADOS

Acerca dos padrões de construção da imagem foram constatadas duas tendências na pesquisa. A primeira é a contraposição entre políticos(as) “marcados(as)” e “não marcados(as)”. A mídia tende a retratar os(as) políticos(as) com base em referenciais que justifiquem as suas ações e, dessa maneira, formem a sua imagem. No caso de alguns(mas) ministros(as) em específico esse referencial está firmado em critérios raciais e/ou de gênero visto que as representações sociais que lhes são atribuídas estão ligadas a razões que (in)diretamente os(as) colocam como pessoas negras e/ou mulheres na política. Ao contrário da representação de outros(as) ministros(as), o fato de serem homens e/ou brancos os colocam em uma posição “pacífica” quanto ao seu posicionamento no campo midiático e político. Como discutido nos capítulos anteriores, a sua inserção enquanto grupo social dominante não os caracteriza de um ponto de vista desvantajoso, visto que o referencial para esses grupos estão firmados em características que lhe são comuns. As razões para as suas ações são justificadas com elementos trazidos de dentro do próprio campo político ao passo que as pessoas ligadas aos grupos sociais subordinados têm sua imagem construída por marcas estereotípicas desvantajosas para suas carreiras na política.

A segunda tendência mais permanente da pesquisa é um desdobramento da primeira. A partir de uma cobertura que contrapõe “marcados” e “não marcados”, há um tratamento diferenciado com relação ao profissionalismo ou não para a política. Os políticos profissionais são aqueles não marcados e qualquer outro(a) político(a) que traga marcas de *outsider* contam com elementos para não serem adequados à política. A partir das marcas estereotípicas, a representação da mídia se fez de modo a elencar as características consideradas desfavoráveis para a política. Assim, recorreu-se a

marcas de racialidade e de gênero para justificar uma trajetória não adequada para o exercício correto da política. Ao contrário de um *insider* ao campo da política, que tem seu processo de formação da imagem baseado em referenciais mais amplos ao entendimento sobre a política e, portanto, é visto como bem preparado e adaptado a este campo.

CONCLUSÕES

Constatou-se que a cobertura midiática do período acerca dos(as) ministros(as) negros(as) sofreu algumas modificações pontuais se comparada a pesquisas anteriores⁷. Contudo, ainda persiste uma formação da imagem baseada em estigmas e estereótipos. Os padrões de construção da imagem permanecem relacionados com a caracterização dos(as) políticos(as) como marcados e não marcados, ou seja, há um contraponto na construção da imagem de políticos(as) com base em elementos comuns ao próprio campo político ou não. No primeiro caso buscam-se caracterizações originárias de uma atuação como político e isso é predominante com personagens brancos e masculinos. Ao passo que no caso dos(as) políticos(as) negros(as), as razões estão baseadas no fato de serem negros(as) na política, de sua origem familiar ou pobre, numa trajetória de superação, etc.

Já outro padrão de construção da imagem também revelado pela pesquisa é a oposição entre o profissionalismo e não profissionalismo na política. A partir da diferenciação entre marcados e não marcados, o noticiário tende, com as justificativas baseadas em padrões convencionais, a julgar o(a) ministro(a) como apto ou não para a política. As ações baseadas em marcas estereotípicas com elementos que não são comuns ao campo político, revelam um(a) político(a) marcado e, portanto, que não atende ao profissionalismo exigido pela política.

Esses padrões estão relacionados ao processo de formação dos estereótipos, que se baseiam nas representações sociais elencadas pela mídia numa concepção de baixa pluralidade e homogeneização, e partem de uma concepção opressiva acerca da diferenciação social dos grupos. Assim, há uma construção social baseada em profundas injustiças que moldam a interpretação do mundo e revelam padrões que hierarquizam os grupos sociais, colocando alguns do ponto de vista desvantajoso, neste caso, homens e mulheres negros(as). Demonstrou-se que as representações sociais apresentadas passam por marcas estereotípicas que afetam de modo significativo a atuação recente de políticos(as) negros(as) em cargos de primeiro escalão na política brasileira.

⁷ Projetos de pesquisa “Determinantes de gênero, visibilidade midiática e carreira política no Brasil”. (CNPq edital nº 45/2005) e “Gênero e política na mídia brasileira” CNPq (edital 57/2008).

A discussão sobre as relações raciais no Brasil sempre foi alvo de muita crítica e fontes instigantes de reflexão. O seu aprofundamento tem avançado ao longo dos anos, principalmente por questionar os consensos aceitos dentro da teoria (Guimarães, 2002) e avançar no discurso sobre políticas raciais (Feres et al, 2011). Por essa razão o estudo dos estereótipos em conjunto com a mídia e a política apresenta uma contribuição instigante para entender o campo das relações raciais no Brasil e, de maneira mais aprofundada, compreender a formação da sociedade brasileira.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BIROLI, Flávia. Mídia, tipificação e exercícios de poder: a reprodução dos estereótipos no discurso jornalístico. *Revista Brasileira de Ciência Política*, Brasília, n.2, p. 71-98, 2011a.

———. *Gênero e política na mídia brasileira*. Projeto de pesquisa, CNPq edital n° 57/2008.

FERES JÚNIOR, João; DAFLON, Verônica; CAMPOS, Luiz A. Lula's Approach to Affirmative Action and Race. *NACLA Report on the Americas* (1993). , v.44, p.34 – 37, 2011.

GUIMARÃES, Antônio. *Classes, raças e democracia*. São Paulo: Editora 34, 2002.

GOFFMAN, Erving. *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. Zahar, 1982 [1963].

GOMES, Wilson. *Transformações da Política na Era da Comunicação de Massa*. São Paulo: Paulus, 2004.

JUST, Marion; CRIGLER, Ann. Leadership Image-Building: After Clinton and Watergate. *Political Psychology*, v. 21, n. 1, p. 179-198, 2000.

McCOMBS, Maxwell. *A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública*. Petrópolis: Vozes, 2004.

MIGUEL, Luis Felipe. Capital político e carreira eleitoral: algumas variáveis na eleição para o Congresso Brasileiro. *Revista de Sociologia e Política*, Curitiba, n. 20, p.115-134, jun. 2003b.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. *Determinantes de gênero, visibilidade midiática e carreira política no Brasil*. Projeto de pesquisa, CNPq edital n° 45/2005, 2005.

———. *Gênero e Política no Jornalismo Brasileiro*, 2008. Trabalho apresentado na XVII COMPÓS – Associação Nacional de Programas em Pós-Graduação em Comunicação, São Paulo, 2008.

THOMPSON, John. *Ideologia e cultura moderna*. Petrópolis: Vozes, 2009.

YOUNG, Iris Marion. *Inclusion and democracy*. New York: Oxford University Press, 2000.

_____. *Justice and the politics of difference*. New Jersey: Princeton University Press, 1990.