

A INFLUÊNCIA DOS DISCURSOS NA PROPAGAÇÃO DA IDEOLOGIA DA MINORIA NEGRA NA SOCIEDADE BRASILEIRA

Davi Borges Afonso¹, Nayara Lima Alcântara Da Silva², Nayorrane Lima Alcântara Da Silva³, Amanda Dutra Hot⁴, Lídia Maria Nazaré Alves⁵

¹Acadêmico de Direito da FACIG, Faculdade de Ciências Gerenciais de Manhuaçu; e-mail: daviafonso13@hotmail.com;

²Acadêmica de Direito da FACIG, Faculdade de Ciências Gerenciais de Manhuaçu; e-mail: na-yara14@hotmail.com

³Acadêmico de Direito da FACIG, Faculdade de Ciências Gerenciais de Manhuaçu; e-mail: nayorranelima@gmail.com

⁴Mestre em História pela UFOP (Universidade Federal de Ouro Preto), Professora da FACIG, Faculdade de Ciências Gerenciais de Manhuaçu; e-mail: amanda_duhot@yahoo.com.br.

⁵Doutora em Letras pela UFF (Universidade Federal Fluminense), Professora da UEMG (Unidade de Carangola), FACIG, Faculdade de Ciências Gerenciais de Manhuaçu; e-mail: lidianazare@hotmail.com

Resumo – Ao utilizar-se da análise de discursos midiáticos, literários e daqueles contidos no próprio comportamento social, o presente artigo objetiva estabelecer as bases do ideal de minoria quantitativa da população negra na sociedade brasileira, oriunda das ideologias propagadas pelos supracitados discursos; ideologias essas que, por sua vez, consistem em falseamentos de uma realidade social a qual procura nevoar a fim de um objetivo específico de dominação. Essa realidade, por vezes falseada, tem por finalidade clara a minoração quantitativa dos 54% da população brasileira, de modo que estes passem apenas a ocupar certos nichos sociais, levando-os a uma submissão involuntária à população dominante; nesse contexto especificamente, o estrato branco. Dessa forma, serão utilizados autores como Marilena Chauí (2001), Mikhail Bakhtin (1999), Žižek (2003), dentre outros, para compor o referencial teórico no qual será alicerçada toda a relação entre discursos ideológicos e a minoração de uma parcela expressiva da população. Assim, o cerne da proposição a seguir trata-se da busca pela confirmação da influência dos discursos na propagação da ideologia da minoria negra na sociedade brasileira, que levará estes a serem relegados a estabelecer-se no círculo social através de uma cotização. Essa minoração, como levar-se-á em consideração a seguir, será combatida por discursos contraideológicos.

Palavras-chave: Ideologia; Discursos ideológicos; Minoração; Sociedade.

Área do Conhecimento: Linguística, Letras e Artes.

“Olha, Jem, eu acho que só existe um tipo de gente: gente.” (LEE, 1961, p. 283)

1. INTRODUÇÃO

O presente artigo foi desenvolvido a partir do tema “A influência dos discursos nos diferentes segmentos da mídia e da literatura, na propagação da ideologia da minoria negra na sociedade brasileira”, cuja parcela populacional é majoritária. A análise do discurso, mesmo que em outros áreas, tais como no tipo textual jornalístico, já é bastante difundida no meio acadêmico. Num determinado artigo de contexto análogo ao proposto, os autores Lopes (2004) e Dittrich (2004) apresentam a ideologia contida nos discursos midiáticos, sobretudo no gênero jornalístico, em que o próprio signo se apresenta como uma carga de valoração ideológica.

Então, partindo dessa premissa, utilizaremos autores tais como Bakhtin (1999), Eagleton (1997) e Chauí (2001), para compor o imprescindível referencial teórico; para que, de fato, sejam analisados propagandas, conteúdos de telenovelas e textos literários. Desse modo, para levantar a discussão sobre o papel do negro que os discursos, em geral, reservam a eles no corpo social, utilizaremos o conceito de maioria e minoria de um determinado grupo dentro das sociedades democráticas.

Como hipótese principal a ser discutida, analisaremos, como o próprio tema propõe, a ideologia propagada nos discursos dos mais diversos segmentos, que fazem com que a população negra no Brasil seja relegada a minoria, mesmo que esta seja a parcela de maior expressão dentro do referido território – em que, segundo o censo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2010), estes compõem cerca de 54% da população –, contudo, grande parte da mídia e de outros propagadores de conteúdos ideológicos tendem minorá-los frente a população branca; não só de forma socioeconômica, como também de forma quantitativa.

2. O ESPELHO IDEOLÓGICO

Encontrar uma definição exata para o termo ideologia é o mesmo que tentar encher o tonel das Danaides ou tirar um fruto do pomar das Hespérides, isto é, impossível ou deveras difícil; o que se tem então é a tentativa de diversos acadêmicos de definir um tema que, por si só, já é bastante controverso. Segundo Eagleton

A palavra 'ideologia' é, por assim dizer, um texto, tecido com uma trama de diferentes fios conceituais; é traçado por divergentes histórias, e mais importante, provavelmente, do que forçar essas linhagens a reunir-se em alguma Grande Teoria Global é determinar o que há de valioso em cada uma delas e o que pode ser descartado (EAGLETON 1997, p. 15).

Também, segundo o mesmo autor, apesar das divergências de conceituação, a ideologia acaba por ser um conjunto de crenças e valores motivados por interesses sociais; assim, representa as formas de pensamento dominantes na sociedade. Essas ideias prevalecentes no círculo social não são perenes e tampouco possuem uma só fonte; estão dispostas num ciclo de propagação, no qual quem repassa uma ideologia outrora recebeu uma carga ideológica, e assim por diante. Da mesma forma, esse ideal dominante, por mais que pareça estático, é fruto da morosa transformação social.

Certo ditado popular denota que “tudo que vai volta”; este geralmente é utilizado para descrever as consequências de todo ato humano, e com o signo de caráter ideológico também não é diferente: por ser uma criação do homem, o que é transmitido pela sociedade é fruto da visão de outrem determinada pela própria perspectiva da sociedade anteriormente influenciada. Desse modo, o discurso é um espelho, quem o olha transmite a imagem que repassou, mesmo que adicione uma carga de valoração própria, a relação reflexão X refração é inevitável.

Todo código linguístico carrega uma dose de valoração ideológica, dado que grande parte dos signos são utilizados para descrever um determinado fenômeno advindo do meio social, assim sendo, as palavras acabam por serem tecidas a partir de uma multidão de fios ideológicos que servirão de trama para todas as relações sociais em todos os domínios. (BAKHTIN/VOLOSHINOV, 1999, p.39)

Destarte, se a palavra penetra literalmente em todas as relações entre indivíduos, nas relações de colaboração, nas de base ideológica, nos encontros fortuitos da vida cotidiana, nas relações de caráter político *etc.* (BAKHTIN/VOLOSHINOV, 1999, p.39), ela também preencherá os ideais de um dado contexto temporal, em que “cada época e cada grupo social têm seu repertório de forma de discurso na comunicação sócio ideológica. A cada grupo de formas pertencentes ao mesmo gênero, isto é, a cada forma de discurso social, corresponde um grupo de temas” (BAKHTIN/VOLOSHINOV, 1999, p.40). Um exemplo a ser denotado é o discurso de coisificação do indivíduo – enquanto a algumas eras o homem poderia ser coisificado de forma direta, “O homem que, por natureza, não pertence a si mesmo, mas a um outro, é escravo por natureza: é uma posse e um instrumento para agir separadamente e sob ordens de seu senhor.” (ARISTÓTELES), a partir das leis abolicionistas e, mais recentemente, com a contra-ideologia dos direitos humanos, os discursos de coisificação do ser encontram-se de modo mais velado, “Os africanos querem trabalhar, e seus trabalhadores desejam trabalhar por menos de US\$ 2 por dia. Tais números me fazem ficar preocupada com o futuro desse país. Estamos nos tornando uma nação de alto custo e alto risco para investimentos” (GINA RINEHART, 2012). Torna-se claro que a ideologia sempre esteve presente num dado discurso, todavia, esse objeto ideologizado pode encontrar-se de forma direta ou não.

Percebe-se, portanto, que independentemente do contexto de propagação ou do momento em que foi propagada, a ideologia age com o objetivo de “homogeneizar o conhecimento de uma determinada ideia, fazendo com que os receptores tenham uma mesma compreensão e/ou informação sobre os fatos” (LOPEZ; DITTRICH, 2004, p. 5), todavia, segundo os mesmos autores,

esse homogeneização ideológica “pode também ser considerada negativa”. Negativa, sobretudo pelo fato de visar a massificação num determinado contexto social e objetivar repassar um conceito não verídico preconizado por algum estrato. Nesses termos, de acordo Chauí (2002), a unicidade estabelecida através da ideologia é, na verdade, falsa, já que, para manter a dominação, esta acaba por ocultar uma divisão injusta da sociedade. Esse falseamento ora é usado de forma clara, ora de forma quase imperceptível. Outrora, a coisificação do negro na sociedade brasileira pré-Lei Áurea era construída de forma clara, todavia, a sociedade muda e o preconceito acaba por se adequar a uma nova realidade; o ideal do “negro coisa” agora adaptou-se ao ideal do negro minoria.

3. DISCURSOS DE MINORIA NEGRA

Como supracitado, toda ideologia objetiva um controle sobre determinado âmbito social, de forma tal, que para esse fim, necessita-se de um controle sobre o signo, de maneira que haja um cerceamento da sua significação real sobre isso, Chauí (2001) postula que a ideologia age por um falseamento da realidade a fim de que haja a dominação de certo estrato sobre outro. Além do signo verbal, esses discursos de falseamento, que projetarão as bases ideológicas, dispõem-se também através de comportamentos. Dessa forma, no Brasil há cerca de 500 anos, a partir da chegada destes aos portos nacionais, os negros são inferiorizados em relação à população branca, no qual para esse fim houve uma base ideológica que acompanhasse os referidos ideais – bases religiosas, pseudocientífica e até mesmo acadêmicas foram colocadas em pauta para ratificar, de forma clara, a minoração desses indivíduos quanto humanos. José de Alencar¹, ao defender seu ponto de vista escravista, utilizou-se de argumentos sociológicos, em que preconizou

A escravidão é um fato social, como são ainda o despotismo e a aristocracia; como já foram a coempção da mulher, a propriedade do pai sobre os filhos e tantas outras instituições antigas. Se o direito, que é a substância do homem e a verdadeira criatura racional, saísse perfeito e acabado das mãos de Deus, como saiu o ente animal, não houvera progresso, e o mundo moral fora incompreensível absurdo (ALENCAR, 2008).

Todavia, após a Constituição de 1988, que em seu art. 5º, *caput*, diz que “Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade (...)”, a ideologia de inferiorização da maioria negra da sociedade adequou-se à realidade de criminalização da intolerância aos seus direitos; agora esse discurso caminha a passos curtos e discretos: a palavra de ordem é a discriminação velada. Na homenagem ao outrora ministro Joaquim Barbosa, na cerimônia de colocação da foto desse na galeria dos ex-presidentes do Supremo Tribunal Federal, o ex-ministro viu sair dos inocentes lábios do ex-colega de casa, Luís Roberto Barroso, que “a Uerj teve o prazer e a honra de receber um professor negro, um negro de primeira linha vindo de um doutorado de Paris”; tal discurso forneceu algumas bases para a compreensão da minoração do negro, tanto no campo social quanto no campo ideológico: o fato da Universidade ter tido um professor negro causou espanto no orador pela raridade de um indivíduo autodeclarado preto ocupar altas posições; também, o fato de ter chamado Barboza de negro de primeira linha ratifica a intenção de desclassificar os negros através de uma hierarquia de conquistas entre a própria grupo, e, por fim, o fato de evidenciar-lo como negro e não como indivíduo, já denota por si só a prevalência do ideal de raça em detrimento do conceito de cidadão.

Ademais, a ideologia de minoração em plano social está sendo concatenada à redução destes a minoria em plano quantitativo, nos mais diversos discursos. Assim, além de terem seus direitos historicamente cerceados por uma minoria branca, este estrato oprimido está sendo relegado a minoria populacional, no que tange ao plano ideológico, a fim de justificar a preponderância dos opressores em relação às questões socioeconômicas. Enquanto os dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas) afirmam que cerca de 54% da população é composta por indivíduos autodeclarados negros, os produtores dos discursos mais influentes coloca-os como a pequena porção da sociedade cuja relevância só deve ser observada através de pequenos nichos preenchidos por meio de cotas.

¹ **José de Alencar** (1829-1877), romancista, dramaturgo, advogado e político brasileiro, foi uns dos maiores expoentes da literatura indianista – primeira fase do Romantismo. Entre suas grandes obras estão “O Guarani”, publicado em 1857, e “Iracema”, de 1865.

Análogo aos modelos de concessão de uma parcela mínima de reconhecimento, criados pelo governo, que, ao invés de objetivar a promoção do desenvolvimento da maioria social excluída, reserva apenas um ínfimo número de vagas em determinadas áreas – como universidades e repartições públicas – aos negros, a cotização do discurso também acaba por realocar determinados espaços aos autodeclarados pretos a fim de preencher apenas alguns nichos relegados a minoria. Esses discursos, advindos sobretudo das propagandas, das telenovelas, da linguagem literária e até mesmo das instituições governamentais e políticas é o que deve ser entendido como os preconizadores de uma ideologia de cotização da maioria.

4. MINORAÇÃO/COTIZAÇÃO DA MAIORIA

Por si só, o conceito de maioria e minoria contido no discurso sociológico já é deveras ideológico. Aos cérebros afoitos por uma definição mais clara, minoria, segundo Aurélio Buarque de Holanda Ferreira, compreende a dado grupo com “inferioridade numérica; parte menos numerosa duma corporação deliberativa, e que sustenta ideias contrárias às do maior número” (1994, p. 11), enquanto maioria, em sua significação política, denota às vontades expressas pela maior parte do povo de uma determinada nação sobre dada questão. Todavia, conceitos de minoria e maioria, assim como toda ideologia, são falseamentos da realidade a fim de promover a dominação do estrato preponderante; nesse caso especificamente, o falseamento ocorre através de uma minoria majoritária: a maioria da sociedade é transformada em minoria para que seja oprimida social e economicamente; os negros como maioria da sociedade brasileira são, por meio da vitimização imposta, relegados a uma minoria social, cujos direitos são distribuídos assim como sua visibilidade, através da cotização. Essa relegação de apenas alguns nichos sociais a parte tão expressiva da população, a fim de uma dominação, como supracitado, encontra-se nos mais diversos discursos – propagandas, telenovelas, música etc. –, e só é rompida através de discursos contraideológicos administrados da mesma forma que a ideologia é proposta.

5. IDEOLOGIA DE MINORAÇÃO NEGRA NOS DISCURSOS

Como outrora discorrido, os discursos moldam toda a realidade social ao passo que também são moldados por ela, o dito espelho ideológico; essa interação entre DISCURSO X REALIDADE é mediada, sobretudo, pelos signos. “A própria consciência só pode surgir e se afirmar como realidade mediante a encarnação material em signos” (BAKHTIN, 1995, p. 33). Assim, ao subsidiarem os discursos, os signos acabam por torná-los tão ideológicos quanto os mesmos propriamente são. Nesses termos, os signos não se apresentarão apenas nos discursos verbais, mas também estarão envoltos em todas as relações sociais e comportamentais humanas. Sendo assim, vale destacar que a minoração dos negros está inerente aos discursos midiáticos, como as propagandas e as telenovelas, nos discursos literários e na música, além de estar contida nos mais diversos aspectos do comportamento do homem em sociedade.

5.1 Propaganda e telenovela

A relação que caracteriza o espelho ideológico necessita de um cenário concreto para que se propague no meio social, um ambiente de interação real para que haja uma definitiva construção de um discurso de influência, ou seja, “[...] para que haja ações, interações, transações, coisas que constituem o social, é preciso que exista um lugar material, no qual possam se exprimir”. (MAFFESOLI apud CONTRERA, 2002, p. 47) Nesse sentido, a mídia e os segmentos advindos desta, como a propaganda e a telenovela, constituem aparelhos concretos a serviço da propagação de uma carga ideológica outrora captada da mesma sociedade a que se propõe influenciar.

A *priori*, essa concretude sobre a qual se firma a propagação ideológica advém de uma conhecida tática de manipulação: a propaganda, ou seja “a aplicação comercial da arte da persuasão humana” (GELTZEL apud SILVA, 1976, p.51). Superficialmente, a propaganda tem por finalidade a divulgação comercial, seja de um produto ou serviço; contudo, como todo discurso, esta acabou por se contaminar com bases ideológicas e, assim, a expressar ideais falseados da sociedade, através da supramencionada relação do espelho ideológico. Dessa forma, “a propaganda é a técnica de criar opinião pública favorável a um determinado produto, serviço, instituição ou ideia, visando a orientar o comportamento humano das massas num determinado sentido” (CODIGO DE ÉTICA DOS PROFISSIONAIS DE PROPAGANDA NO BRASIL, 2014).

A utilização da propaganda e dos discursos advindos desta como forma de controle social não é inédita nem exclusiva do século XXI. Historicamente, a técnica de reprodução de uma inverdade através da propaganda intensiva, a fim de gerar a promoção da supressão de determinada esfera da sociedade, iniciou-se, sobretudo, com os totalitarismos do século XX, tendo o nazismo – através da figura de Adolf Hitler e de seu ministro da propaganda, Joseph Goebbels – como centro irradiador dessa prática. A propaganda era a força motriz do Estado Nazista Alemão, através dela que se firmava toda a dominação hitlerista sobre a população teutônica, em que segundo Bertolt Brecht, em seu poema “A Necessidade da Propaganda”, “É possível que em nosso país nem tudo ande como deveria andar. Mas ninguém pode negar que a propaganda é boa. Mesmo os famintos devem admitir. Que o Ministro da Alimentação fala bem” (BRECHT, 1990, p. 197-199). Além de promover a dominação da população alemã através de falseamentos da realidade, esse instrumento foi utilizado como meio de difundir o antissemitismo face a suposta superioridade da raça ariana. Para esse fim, o departamento de propaganda do III Reich, de forma diária, submetia a população a uma propaganda extremamente ideológica, em que os judeus eram colocados como a escória da humanidade e os grandes causadores da ruína da Alemanha. Assim, através da relação entre formação de uma opinião através do que se vê diariamente, o governo hitlerista acabava por incutir na mente da maioria da população essas ideias deturpadas sobre a população judaica. A proposição era clara: para a Alemanha se reerguer novamente, era necessária a dizimação desse povo, sendo assim, de forma frequente viam-se cartazes em que vermes com características intrínsecas aos semitas estavam a arquitetando planos de dominação global, ou colocando-os com traços maléficos e os ligando ao comunismo, para criar um sentimento da necessidade da exclusão destes na sociedade nazista.

O nazismo se esfacelou, mas a utilização da propaganda para o controle social não declinou juntamente com o regime, apenas evoluiu; esse instrumento de controle social, assim como todo discurso ideológico utilizado nas sociedades democráticas, passou a apresentar-se de forma velada, através de gotas ideológicas que a longo prazo formam caudalosos rios de alienação. Não desviando-se desse ideal, no Brasil a propaganda despeja litros de ideologias todos os dias em cada indivíduo que inevitavelmente se depara com seus discursos, sendo a mais preponderante a ideologia da minoração quantitativa da população negra na sociedade brasileira, a fim de destiná-la apenas à pequenos nichos de expressão e, por conseguinte, de direitos, como supramencionado.

É bastante comum que propagandas apresentem um negro em meio a cinco, dez ou mais brancos; assim como não é raro que em meio a diversas famílias brancas haja uma família negra – isso quando essa derradeira organização familiar não é expressa através de um padrão interracial, como forma de “embranquecimento planejado”. Assim, através de uma cotização da visibilidade, em que apenas um é apresentado a fim representar os 54% da população, esse aparelho ideológico incute a ideia de que a dificuldade de encontrar brasileiros autodeclarados pretos em cargos de chefia, em postos importantes ou até mesmo em destaque na mídia, deve-se ao fato de serem tão poucos em relação à população branca do país e não devido ao preconceito e a diferenciação em que estão inseridos; fazendo com que, ao invés de políticas de inclusão desse estrato da população num todo, sejam apenas desenvolvidas políticas de cotas para que apenas uma pequena porção – que imprescindivelmente sofrerá um embranquecimento involuntário – adentrem no sistema. Entre todas as propagandas que se utilizam da supracitada relação ideológica, indiscutivelmente as de moda e vestuário são as que mais se destacam; dentre as quais, empresas como a C&A, cuja propaganda será analisada, estão no cerne dessa questão.

Disponível na plataforma do YouTube, sob a descrição “Certo ou Errado. Dia das Mães. C&A”, a propaganda a princípio traz diversas mulheres dançando separadamente ao som da música “Certo ou Errado” até que unem-se, ao final, em uma única coreografia. Deveras moderna, sobretudo no que tange ao empoderamento feminino, a grosso modo seria apenas mais um dos muitos comerciais criativos de vestuário, entretanto, ao se atentar para as componentes do vídeo, percebe-se que a questão da raça está presente; a princípio, velada e até incompreendida, mas está presente. Dentre as mulheres que protagonizam as cenas, seis no total, há apenas uma negra entre as atrizes do curta, ou seja, como se apenas 16,6% da população fosse negra. A priori, detalhes pequenos e imperceptíveis costumam passar despercebidos, contudo, o que determinado indivíduo presencia ao longo do tempo acaba por alterar a percepção de realidade e transformar suas bases de opinião e interação social. Dessa forma, esses tipos de conteúdo, de forma sorrateira acabam por embranquecer a visão de sociedade da maioria dos indivíduos, tornando fácil incutir o discurso da minoria negra na sociedade brasileira e explicar a pouca participação ativa dos negros nas diversas áreas do círculo social. Em entrevista à BBC Brasil, publicado na página da filial da rede britânica na internet, o publicitário Washington Olivetto, presidente da agência W/McCann, eleito duas vezes

"Publicitário do Século" pela Associação Latino-Americana de Agências de Publicidade, constatou que "temos tantos negros no país e poucos na publicidade".

Também, outro aparelho midiático de propagação das ideologias de minoração negra são as telenovelas. Bastantes influentes no país, as novelas estão presentes na vida de grande parte da população brasileira e tratam-se da evolução dos meios de expressão de discursos ideológicos através da relação da formação de uma opinião através do que se vê diariamente. Além das roupas utilizadas pelas personagens principais, ou das gírias e bordões repetidos a exaustão, ao acompanhar o desenvolver do enredo os telespectadores acabam por incorporar os padrões sociais contidos nas novelas; assim, quando um indivíduo assiste a conteúdos cuja presença de negros são restritas a certos núcleos e bem ínfima frente a grande quantidade de atores brancos, este acaba por apegar-se a ideia de minoração negra na sociedade.

Exibida em 2012 pela Rede Globo, a novela "Avenida Brasil" teve um grande sucesso de público e crítica; com enredo bastante dinâmico e bons atores, a novela destacava questões sociais como a vida dos catadores de lixo, dentre outros fenômenos sociais. Todavia, apesar de todo o engajamento em questões sociais contemporâneas, a novela não contribuiu para acabar com os estereótipos de raça, em que, na verdade, apenas ratificou o ideal de minoração, em termos quantitativos, dos negros na sociedade do país: numa média de quarenta atores com participação frequente na novela, apenas dois eram negros, Cacau Protásio e Aílton Graça. Ademais, além da ínfima participação de negros, estes ainda atuavam em núcleos representando papéis relativamente baixos no círculo social, como Cacau Protásio, que interpretava uma empregada doméstica de uma família branca, corroborando com o estereótipo do negro pobre e socialmente excluído frente ao branco rico.

5.2 Literatura

Monteiro Lobato, ícone da literatura brasileira, defende que "um país se faz de homens e livros", sendo assim, muito além dos fundamentos postulados pelos teóricos do Estado, a exemplo de Sahid Maluf que observa apenas população, território e governo como pilares dessa instituição antropológica, para o escritor a literatura está no cerne da solidificação de uma estrutura estatal. Todavia, assim como pode ser instruída e levada à sabedoria, a sociedade fundamentada a partir do livro pode também ser controlada pelos discursos ideológicos advindos deste; ou seja, da mesma forma que um livro pode levar a um círculo social mais justo e igualitário, "Olha, Jem, eu acho que só existe um tipo de gente: gente." (LEE, 1961, p. 283), o que também pode levar à construção de um pensamento por vezes discriminatório e intolerante, "Sim, era o único jeito – e Tia Nastácia, esquecida dos seus numerosos reumatismos, trepou que nem uma macaca de carvão pelo mastro de São Pedro acima, com tal agilidade que parecia nunca ter feito outra coisa na vida senão trepar em mastros." (LOBATO, 1933, p. 23). O fato é que como todo discurso propagado, os advindos da linguagem literária também cumprem a finalidade da supramencionada relação do espelho ideológico. Assim, semelhante a outros discursos ideológicos propagados nas sociedades democráticas, os discursos literários também seguem o padrão da divulgação ideológica velada; em que, exceto em casos claros de discriminação, como o acima descrito, estes se firmam através de detalhes a priori imperceptíveis.

Nesses termos, a minoração do negro, ou seja, a ideia de que a quantidade de negros seja ínfima se comparada com a de indivíduos brancos na sociedade brasileira, é apresentada através de nuances, como a quantidade de personagens, ou a função que estes desempenham na hipotética sociedade descrita. Além da quantidade de indivíduos negros, a função na obra destes também é bastante importante para a divulgação desse ideal falseado, pois, à medida que estes são descritos em quantidades reduzidas, também se consolida a ideologia que a pouca participação de negros em nichos mais importantes do círculo social – a exemplo de cargos de chefia – advém da mínima quantidade que estes se dispõem na sociedade brasileira, e não devido às barreiras impostas por uma minoria quantitativa branca intolerante, que, mesmo após mais de um século da Abolição da Escravidão, ainda não entendeu que a única diferença entre brancos e negros advém da escassez oportunidade oferecida a eles.

Nesses termos, o já mencionado "Caçadas de Pedrinho", livro de Monteiro Lobato, publicado em 1931, além da clara intolerância racial que carrega em certos trechos, assim como as outras obras infantis do autor, esta carrega também a minoração quantitativa do negro no que tange a alguns aspectos: entre os mais de vinte personagens do "Sítio do Pica-Pau Amarelo", sendo eles principais e recorrentes, apenas três personagens são negros, Tia Anastácia, Tio Barnabé e o Saci Pererê. Além de contribuir à ideia da pouca porcentagem de brasileiros autodeclarados pretos, a obra bastante recorrente nas escolas, sobretudo nos níveis primário e fundamental, também ratifica os estereótipos

advindos da propagação da ideologia de minoração, no qual os negros ocupam nichos mais baixos não devido a discriminação sofrida e sim pela pequena quantidade em que se encontram no país; dessa forma, Tia Anastácia, a empregada negra da família protagonista, Tio Barnabé, caseiro do Sítio do Pica-Pau Amarelo, e o Saci Pererê, figura folclórica com uma perna só, que vive de azucrinar os moradores do sítio, respectivamente, consolidam os estereótipos do negro empregado do branco, analfabeto e que prefere o ócio ao invés do trabalho; o que deixa claro as influências que a cotização da maioria relegam a esse grupo.

5.3 Comportamento Social

Os discursos ideológicos não se apresentam apenas de forma concreta, como em propagandas, telenovelas, músicas e livros, revelam-se também através de formas intangíveis e não perceptíveis, a exemplo do comportamento social. Segundo Skinner (1953/2003), comportamento social é a interação de duas ou mais pessoas que se comportam de maneira a influenciar o comportamento da outra e juntas modificam o ambiente no qual estão inseridas. São nelas que a relação do espelho ideológico mais se destaca, em que assim como é recebida uma carga ideológica – a fim de efetuar o padrão comportamental –, esta também é repassada. Mesmo recebendo uma inevitável carga ideológica, os discursos que advêm do comportamento social são os mais influentes difusores de ideais falseados na sociedade, já que este é quem ditará os padrões de vida e as relações humanas num dado contexto. Assim, a gota de ideologia que recebem de acarretará numa chuva ideológica que inundará a todos os discursos supramencionados.

Nesse contexto, determinados padrões comportamentais acabam por difundir a ideologia de minoração da população negra na sociedade brasileira, sobretudo através de ideais falseados e de estereótipos, que acabam por relegar a beleza afrodescendente a um padrão de exotismo, ou seja, denotam sobre o cabelo afro, por exemplo, a ideia de este seja uma exceção em meio a regra: discrepância em meio ao padrão do cabelo liso, quando, na verdade, boa parte da população do país carrega esses traços consigo. Assim, através da marginalização imposta, esses arquétipos tidos como anormais são minorados e realocados a certos nichos de ocorrência, em que são aceitos apenas em determinadas condições e ocasiões; nesse caso especificamente, os cabelos fora do padrão são aceitos somente na condição de que estejam inseridos na moda “*Black Power*”, apresentado como penteado exótico a fim de explicar a validade frente ao padrão estabelecido. Desse modo, para materializar o campo teórico – perpassado pela ideologia de minoração da maioria fora do padrão –, esse mencionado comportamento social tem seu embasamento prático através dos muitos tratamentos que buscam desconstruir as características intrínsecas às pessoas negras, sobretudo às mulheres com traços afrodescendentes muito fortes. Assim, chapinhas, pranchas, progressivas e relaxamentos servem como forma de adequar os cabelos à ideologia imposta pelo comportamento social: o pente ideológico que penteia o cabelo crespo, não controla apenas o frizz, mas garante também a exclusão do não padronizado.

6. DISCURSOS CONTRAIDEOLÓGICOS

Como percebido, a ideologia propagada no meio social dispõem-se em uma oligarquia, isto é, poucos repassam para uma grande quantidade de indivíduos ideais falseados, a fim da dominação do pensamento da massa.

Como exemplos da falsa consciência, assumindo a forma de uma interpretação incorreta de si mesmo e seu papel, podemos citar aqueles casos em que as pessoas tentam encobrir suas relações reais consigo mesmas e com o mundo, e falseiam para si mesmas os fatos básicos da existência humana, deificando-os ou idealizando-os, recorrendo, em suma, ao artifício de fugirem de si mesmas e do mundo, dando margem a falsas interpretações da experiência (MANNHEIM apud LYRA, 1979, p. 41).

Todavia, embora sejam bastantes difíceis de serem quebrados, os discursos ideológicos podem ser rompidos por contraideologias. Sendo a ideologia uma ideia fundante de uma realidade “estruturada e suportada pela fantasia”, como descreveu Žižek (2003), as contraideologias são discursos opostos a corrente, que quebram a realidade fantasiosa proposta pelo estrato dominante e clareiam a verdadeira fundamentação no qual a sociedade é criada e regida. Ademais, esses se propagam pelas mesmas vias dos discursos falseadores, contudo, seja pelo choque de realidade ou pela veracidade que demonstram, os discursos contraideológicos acabam por escancarar as cortinas do palco e mostrar toda a verdade escondida nos bastidores. Nesses termos, em dados discursos a

ideologia da minoração negra tende a ser rompida, sendo um desses a canção “Olhos Coloridos”, composta por Macau e interpretada por Sandra de Sá.

(...) Você ri da minha roupa
Você ri do meu cabelo
Você ri da minha pele
Você ri do meu sorriso...
A verdade é que você
(Todo brasileiro tem!)
Tem sangue crioulo
Tem cabelo duro
Sará, sará
Sará, sará
Sará crioulo...
Sará crioulo
Sará crioulo...
(SANDRA DE SÁ, 1986)

Ícone da música popular brasileira e símbolo do orgulho negro no Brasil, a canção é uma das grandes ondas que se chocam às rígidas ideologias do preconceito e da minoração do negro na sociedade. Para Mariana Xavier (2015), jornalista e pesquisadora de música brasileira, “olhos Coloridos” “é uma canção repetida à exaustão porque tem uma mensagem muito forte, que afirma a identidade negra por meio da valorização da beleza do ‘cabelo duro, sarará’”. Ao mostrar o cabelo crespo como ele realmente é, a pele negra em sua essência e a beleza do ser humano preto, a música acaba por trazer à tona a realidade brasileira: de um país mestiço, mulato, negro. Nesse momento, ao se chocar com a tal realidade fundamentada na fantasia, especificamente na fantasia de uma maioria branca, de cabelos lisos e símbolo dos estereótipos de beleza, esse discurso contraideológico acaba por reafirmar uma verdade por vezes falseada: o fato do Brasil ser uma cultura enraizada na África e seu povo possuir “sangue de crioulo”.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

“Eles são gente, não são? Não vimos problema nenhum em trazê-los da África quando eles geravam dinheiro para nós” (LEE, 2015, p. 227); escrito ainda no século XX, mas publicado no ano de 2015, a obra “Vá, coloque um vigia”, da escritora estadunidense Harper Lee (2015), leva o leitor, através da autodescoberta das personagens, a colocar seus valores éticos e morais a prova e, sobretudo, a detectar e, por conseguinte, a exterminar toda raiz de preconceito: leva-nos a um estágio de daltonismo racial, no qual as cores passam a ser ignoradas e o que surge são as expressões da individualidade de cada ser, antes de qualquer dicotomia preto x branco; mostra-nos que os negros não se firmam de forma efetiva nos muitos nichos sociais não por serem poucos, mas sim por serem oprimidos por uma parcela branca que insiste em minorá-los, a fim de dominar o círculo social e os próprios outrora minorados.

Infelizmente, os olhos da sociedade brasileira ainda não foram capazes de suportar essa limitação visual; enxergam bastante nitidamente o negro e o excluem; excluem, pois o resultado da visão acaba por chegar aos lábios, que instintivamente começam a assoprar discursos extremamente ideológicos... excluem, porque essa visão acaba por chegar às páginas dos livros, revistas e jornais... excluem, porque é essa nitidez visual que sustentará o espelho ideológico que refletirá por toda a sociedade a “clareza distorcida” promovida pelos falseamentos sociais oriundos do discurso ideológico.

Então, essa nítida visão de uma divisão racial acaba por promover os discursos ideológicos de minoração da raça, que trarão um falseamento da realidade a fim de se chegar a pretensão desejada: desqualificar a afirmação de que os negros não estão presentes de forma frequente nos nichos mais altos da sociedade por serem poucos, e sim por existirem barreiras a essa presença. Esse dito falseamento ocorre através da formação uma minoria majoritária: a maioria da sociedade é transformada em minoria para que seja oprimida social e economicamente.

Os negros como maioria da sociedade brasileira são, por meio da vitimização imposta, relegados a uma minoria social, cujos direitos são distribuídos assim como sua visibilidade, através da cotização. Essa relegação de apenas alguns nichos sociais a parte tão expressiva da população, a fim de uma dominação da mesma, encontra-se nos mais diversos discursos – propagandas, telenovelas, música, etc. –, e só é rompida através de discursos contraideológicos administrados da

mesma forma que a ideologia é proposta. Assim, cabe-nos a promover essa limitação visual, para que a nevoa que circunda a sociedade brasileira seja dissipada.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO DOS PROFISSIONAIS DE PROPAGANDA. **Código de Ética dos profissionais de propaganda**. 2014. Disponível em: <<http://appbrasil.org.br/app-brasil/servicos-e-manuais/codigo-de-etica-dos-profissionais-de-propaganda/>>. Acesso em: 02 de nov. 2017

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1999.

BARROSO chama Joaquim Barbosa de 'negro de primeira linha' em discurso. O Globo: [s.n.], 2017. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/barroso-chama-joaquim-barbosa-de-negro-de-primeira-linha-em-discurso-21449394>>. Acesso em: 27 jun. 2017.

BOECKEL, Cristina. **Autor de 'Olhos coloridos' conta que música surgiu de caso de racismo**: Canção é considerada um símbolo do orgulho negro no Brasil. Macau foi preso injustamente quando participava de uma exposição. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2015/11/autor-de-olhos-coloridos-counta-que-musica-surgiu-de-caso-de-racismo.html>>. Acesso em: 29 jul. 2017.

BRECHT, Bertolt. **Sátiras Alemãs**. In: Poemas 1913-1956. 4ª ed. São Paulo: Brasiliense: 1990.

CHAUÍ, Marilena. **O que é Ideologia**. São Paulo: Brasiliense, 2001.

CONTRERA, Malena Segura. **Mídia e Pânico**: Saturação da informação, violência e crise cultural na mídia. São Paulo: AnnaBlume: Fapesp, 2002.

DE ALENCAR, José. **Cartas de Erasmo**. Academia Brasileira de Letras: Estúdio Castellani, 2009. 428 p. Disponível em: <http://www.academia.org.br/sites/default/files/publicacoes/arquivos/cartas_de_erasmo_ao_imperador_-_jose_de_alencar.pdf>. Acesso em: 27 jun. 2017.

EAGLETON, Terry. **Ideologia**. São Paulo: Edunesp: Boitempo Editorial, 1997.

FAGUNDEZ, Ingrid. **'Empoderamento feminino é clichê constrangedor, diz Washington Olivetto'**. BBC Brasil. Disponível em: <<http://www.bbc.com/portuguese/brasil-40664072>>. Acesso em: 27 jul. 2017

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo dicionário Aurélio da Língua Portuguesa**. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1994.

IBGE. **Atlas do Censo Demográfico 2010**. 2010. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/default_atlas.shtm>. Acesso em: 10 jun. 2017.

LEE, Harper. **O sol é para todos**: To Kill a Mockingbird. Rio de Janeiro, 2016, 14ª ed. Editora Record.

LEE, Harper. **Vá, coloque um vigia**: Go Set a Watchman. Rio de Janeiro, 2015, 1ª ed. Editora Record.

LOBATO, Monteiro. **Sítio do Pica-Pau Amarelo**: Caçadas de Pedrinho, 1931, 107 p. v. 3. Disponível em <http://www.miniweb.com.br/cantinho/infantil/38/Estorias_miniweb/lobato/Vol3_Cacadas-de-Pedrinho.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2017

LOPEZ, Debora Cristina; DITTRICH, Ivo José. **A Palavra como Signo Ideológico no Discurso Jornalístico**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopez-debora-ivo-palavra-signo-ideologico.pdf>>. Acesso em: 26 jun. 2017.

LYRA, Pedro. **Literatura e Ideologia: ensaios de sociologia da arte**. Petrópolis: Editora Vozes, 1979.

SARAIVA, Vanessa de Oliveira Tavares; DOS SANTOS, Alana Correia; DOS SANTOS, Cinthia Lima. **Da Justificação Aristotélica Sobre A Escravidão Até Sua Abolição**. Disponível em: <<http://www.webartigos.com/artigos/da-justificacao-aristotelica-sobre-a-escravidao-ate-sua-abolicao/112695/>>. Acesso em: 26 jun. 2017.

ZIZEK, Slavoj. **Bem-vindo ao deserto do real**: cinco ensaios sobre 11 de Setembro e datas relacionadas. São Paulo: Boitempo Editorial, 2003.