



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA**  
**FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**  
**GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL - JORNALISMO**  
**CARLA SILVA DE JESUS**

**A MULHER PRETA NOS JORNAIS IMPRESSOS:**  
**UMA ANÁLISE DA CONSTRUÇÃO DISCURSIVA NAS PÁGINAS DE *A TARDE E***  
***MASSA!***

**SALVADOR**

**2017**

**CARLA SILVA DE JESUS**

**A MULHER PRETA NOS JORNAIS IMPRESSOS:  
UMA ANÁLISE DA CONSTRUÇÃO DISCURSIVA NAS PÁGINAS DE *A TARDE E  
MASSA!***

Trabalho apresentado ao Curso de Graduação em Comunicação Social – Jornalismo, na Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, como requisito para conclusão de curso.

Docente: Prof<sup>o</sup>. Dr<sup>o</sup>. Giovandro Marcus Ferreira

**SALVADOR**

**2017**

## **AGRADECIMENTOS**

À minha mãe, dona Gil, pela dedicação incondicional e inspiração de sempre.

Às mulheres da minha família, grande inspiração para este trabalho. As páginas a seguir não poderiam ser escritas sem elas.

Ao meu pai, Carlos, pelos ensinamentos e o apoio incondicional, fundamentais para meu desenvolvimento.

Às minhas amigas Carina Paranhos e Wliana Silva que me acompanham desde as primeiras redações.

À Vinicius Gericó, meu companheiro nesta longa e desesperadora caminhada que foi a segunda graduação.

À Gleidson Queiroz, por me salvar nos ajustes deste e outros trabalhos, ainda que quase tenha excluído meu arquivo final do TCC.

Às minhas queridas mentoras dos estágios até aqui: Cassandra Barteló, Laise Rabelo e Patrícia Almeida. O meu desenvolvimento profissional não seria possível sem vocês.

Ao professor Giovandro Ferreira pela confiança e inspiração nesta etapa final da graduação.

Ser negro é [...] tomar consciência do processo ideológico que, através de um discurso mítico acerca de si, engendra uma estrutura de desconhecimento que o aprisiona numa imagem alienada, na qual se reconhece. Ser negro é tomar posse dessa consciência e criar uma nova consciência que reassegure o respeito às diferenças e que reafirme uma dignidade alheia a qualquer nível de exploração. Assim, ser negro não é uma condição dada, a priori. É um vir a ser. Ser negro é tornar-se negro.

(Neuza Santos Souza - Tornar-se Negro)

## RESUMO

Este trabalho pretende analisar a construção discursiva na representação da mulher preta em matérias publicadas nos dois veículos impressos do Grupo A Tarde — os jornais A Tarde e Massa!. O objetivo é compreender como se realiza a construção dos referenciais compartilhados entre os indivíduos a respeito dessas mulheres e como se estrutura os discursos nos sujeitos enunciadorees escolhidos. A proposta analítica é elaborar uma comparação das matérias selecionadas sobre o tema em ambos os jornais, pontuando aspas, construções de espaços e temas mais associados às mulheres pretas para que possamos compreender como elas são representadas. O *corpus* contempla matérias, notas, artigos de opinião, entrevistas e reportagens que abordam a temática da mulher preta, publicadas no mês de novembro dos anos de 2014, 2015 e 2016. O período proposto contempla propositadamente um mês em que a temática negra ocupa com mais facilidade as páginas dos jornais, já que no dia 20 de novembro é celebrado o dia da Consciência Negra.

**Palavras chaves:** Mulher preta. Jornalismo. Análise do discurso. Posicionamento discursivo.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Foto da matéria publicada em A Tarde no dia 31 de outubro de 1912, p. 2 .....	19
Figura 2 - Quadro “A identificação das fontes” (CHARAUDEAU, 2010, p. 148).....	22
Figura 3 - Capas dos jornais Correio* e A tarde, do dia 13 de junho de 2017.....	27
Figura 4 - Quadro “Estrutura base do contrato de comunicação” (CHARAUDEAU, 2010, p. 114) .....	29
Figura 5- Infográfico produzido pelo Núcleo de Pesquisa do Grupo A Tarde - Público Jornal A Tarde.....	38
Figura 6 - Infográfico produzido pelo Núcleo de Pesquisa do Grupo A Tarde - Público Jornal Massa! .....	38
Figura 7 - Matérias sobre o mesmo tema publicadas em A Tarde e no Massa! no dia 20 de novembro de 2014.....	39
Figura 8 – Matéria “Luta Contra Câncer de Mama não pode parar”, publicada no dia 01 de novembro de 2014.....	43
Figura 9 – Recorte de A Tarde que mostra discordância entre texto, foto e título, de 25 de novembro de 2014, página 3.....	45
Figura 10 – Matéria em que a mulher preta não é identificada na foto, publicada no dia 26 de novembro de 2014.....	46
Figura 11 – Detalhe da citação da matéria.....	46
Figura 12- Detalhe da matéria "Brasil registra em 2015 mais de cinco estupros por hora", publicada no dia 04 de novembro de 2016. ....	47
Figura 13 - Exemplo da utilização do termo “adeptos” em matéria publicada no dia 20 de novembro de 2015, p. A6 .....	49
Figura 14 – Destaque da matéria “Vanessa Jackson apresenta tributo a Whitney Houston”, publicada no dia 11 de novembro de 2016, p. 4 .....	51
Figura 15 – Destaque da matéria “Mulheres lideram 39,5% dos lares baianos”, publicada no dia 01 de novembro de 2014, p. B4 .....	51
Figura 16 - Colorimetria da pele negra nas publicações do jornal A Tarde.....	53
Figura 17 - Nota “Ladra foge e deixa RG para trás”, publicada no dia 27 de novembro de 2014 .....	61
Figura 18 - Capa da edição do dia 26 de novembro de 2014.....	62

Figura 19 - Detalhe da capa do dia 26 de novembro de 2014.....	63
Figura 20 - Recorte da matéria “Drama e Dor de mãe pela filha”, publicada no dia 26 de novembro de 2014, p.5.....	64
Figura 21 - Matéria “Irmão suspeito é liberado”, publicada no dia 11 de novembro de 2014 .....	66
Figura 22 - Retranca da matéria “Irmão suspeito é liberado”, publicada no dia 11 de novembro de 2014 .....	66
Figura 23 - Recorte da matéria “Apalpada que pode custar o emprego”, publicada no dia 5 de novembro de 2015.....	67
Figura 24 - Exemplo da utilização de aspas. Recorte de matéria do dia 24 de novembro de 2014 .....	68
Figura 25 - Matéria “Mistura de beleza com atitude”, publicada no dia 25 de novembro de 2015 .....	70
Figura 26 - Destaque para a palavra "lutadoras" na capa do dia 26 de novembro de 2015 .....	71
Figura 27 - Calorimetria das fontes no jornal Massa! .....	73

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Quantitativo de matérias analisadas em A Tarde.....	34
Tabela 2 - Quantitativo de matérias analisadas no Massa! .....	34
Tabela 3 - Quantitativos de matérias publicadas por editoria.....	41
Tabela 4- Quantitativos de matérias publicadas no Massa! por editoria .....	57



## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Índices das classificações das matérias em A Tarde .....	44
Gráfico 2 - Comparativo das capas analisadas e as que tiveram a imagens da mulher preta .....	52
Gráfico 3 - Índices das classificações das matérias no Massa!.....	59
Gráfico 4 - Comparativo das capas analisadas e as que tiveram a imagens da mulher preta .....	71

## Sumário

<b>1</b>	<b>Introdução</b> .....	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>A construção de um lugar para a mulher preta</b> .....	<b>14</b>
2.1	O início do Grupo A Tarde e as primeiras aparições da mulher preta.....	17
<b>3</b>	<b>A construção de um discurso para representar a mulher preta</b> .....	<b>21</b>
3.1	O contrato de leitura, a enunciação e o posicionamento discursivo .....	23
3.2	O conceito de acontecimento .....	28
3.3	As representações na comunicação midiática.....	30
3.4	O discurso e o fotojornalismo .....	31
<b>4</b>	<b>A construção discursiva na prática – aplicação da Análise do Discurso</b> ....	<b>34</b>
<b>5</b>	<b>A construção do discurso no Jornal A Tarde</b> .....	<b>37</b>
5.1	Das editorias as matérias – O lugar da mulher preta em A Tarde .....	40
5.1.1	O Colorismo das fontes e personagens em A Tarde!.....	52
<b>6</b>	<b>Um novo concorrente: o jornal Massa!</b> .....	<b>55</b>
6.1	A mulher preta no discurso do enunciador Massa!.....	57
6.1.1	O colorismo das fontes no jornal Massa! .....	72
<b>7</b>	<b>Considerações finais</b> .....	<b>74</b>
<b>8</b>	<b>Rereferências</b> .....	<b>77</b>

## 1 Introdução

Esta pesquisa tem como finalidade compreender como se realiza a construção dos referenciais compartilhados entre os indivíduos a respeito das mulheres pretas, enquanto um grupo social, e como se estrutura os discursos nos veículos de comunicação impressos escolhidos. Teremos, então, um conjunto de dados que buscará mostrar, de forma científica, como são construídos os lugares sociais atribuídos às mulheres que têm suas histórias escritas nas linhas da cada edição veiculada.

O termo “preta” utilizado no título deste trabalho não é apenas um substantivo feminino, ao longo desta pesquisa iremos mostrar, também, como essas mulheres foram ao longo do processo de construção do discurso jornalístico embranquecidas nas imagens que compõem as matérias analisadas. Portanto, considero necessário identificar claramente sobre quais mulheres se trata esta pesquisa: as pretas.

Por ser maioria entre as mulheres habitantes de Salvador — 80%, segundo o último censo do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)<sup>1</sup>, a mulher preta é inevitavelmente fonte para as matérias publicadas nos jornais. No entanto, a ocupação desse espaço discursivo é repleta de tensões sociais que nem sempre as colocam em posição favorável ou até mesmo diversa. Em uma rápida folheada nas páginas dos jornais A Tarde e Massa! é possível constatar que as mulheres pretas representadas sempre ocupam lugares sociais específicos, que constroem os referenciais de força física e religião. Mas por que apenas esses lugares sociais cabem à mulher a preta? E como ocorre a construção desses discursos?

Para começar a responder essas perguntas escolhemos analisar os dois veículos impressos de um dos grupos de comunicação mais tradicionais do estado, o Grupo A Tarde. Ao longo dos 105 anos de existência, o primeiro jornal do grupo fundado por Ernesto Simões Filho se consolidou como um veículo aberto às pautas sobre a diversidade cultural da população, principalmente do público negro. Esse posicionamento resultou em uma menção honrosa na pesquisa “Parlamento e

---

<sup>1</sup> Censo publicado em 2010

Racismo na Mídia”, publicada em 2013, como o jornal impresso que mais aborda a temática do racismo. Mas é a partir de 2010 que essa história ganha novos contornos com a criação de um novo enunciador, o jornal Massa!, lançado com a proposta de fornecer um jornal popular, “visando o público das classes C e D, formadas por quem tem ganhos de R\$ 1 mil a R\$ 4,9 mil” (RAMOS, 2010, p. A5).

A partir de então temos dois enunciadores, de um mesmo emissor (Grupo A Tarde), com propostas diferentes, que permitem dois espaços simbólicos de inscrição social para mulheres pretas (doravante MP). No entanto, ao longo desta pesquisa serão apresentadas as argumentações que mostram ser ambos os jornais, operadores discursivos que apenas expõem as opressões comuns a esse público, com poucos traços de igualdade entre gêneros.

Das matérias de A Tarde consideradas nesta pesquisa, parte foi publicada no caderno anual temático veiculado sempre no dia da Consciência Negra, extinto em 2015. O jornal segue um referencial de pioneirismo atribuído ao estado da Bahia na representação da população preta, que está ancorado em uma reconhecida descrição de Ruth Landes, feita na década de 1930, que afirma ser a Bahia “conhecida pela qualidade excepcional da vida folclórica dos negros. O que os negros fazem na Bahia é típico no Brasil” (1967, p.42).

Já o Massa! propõe um conteúdo no formato popular, relacionado a cultura quase folclórica do público a que ele se destina. O grande objetivo é representar as classes com menor poder aquisitivo e que são compostas em maioria por afrodescendentes. Anunciado como o primeiro jornal popular da Bahia, o Massa! aposta na linguagem coloquial para retratar a rotina dos bairros populares de Salvador. O objetivo fundamental é ser a voz das comunidades, expondo problemas estruturais, denúncias e a vida social do público negro.

E para questionar o modo e o lugar em que as mulheres pretas são representadas em ambos os veículos, estabelecemos duas questões que serão o ponto de partida desta pesquisa. A primeira delas é que em ambos os jornais a imagem da mulher preta está inevitavelmente associada às religiões de matriz

africana, principalmente as práticas de cultos e ritos. Isso significa dizer que o único espaço em que a identidade da mulher preta se inscreve é quando elementos das religiões são exaltados ou questionados. Esse discurso ainda carrega resquícios da equivocada representação dessas práticas ritualísticas como demoníacas e até bruxarias.

A segunda questão norteadora desta pesquisa é que a representação da MP é construída sempre a partir de uma suposta força física, capaz de superar todas as adversidades sociais. Alimentar essa falaciosa percepção da mulher preta como extraordinariamente forte, capaz de superar toda a dor e destinadas a superar quaisquer adversidades, legitima a violência sofrida por essas mulheres.

As questões apresentadas partem do pressuposto de que embora anunciem serem construídos com um discurso diverso e não racista, os jornais A Tarde e Massa! reproduzem e colocam a mulher preta em um ciclo de opressão e discriminação que refletem o racismo estrutural que encontramos em nossa sociedade.

## **2 A construção de um lugar para a mulher preta**

Antes de ocupar as páginas dos jornais, a mulher preta já convivia com as representações construídas socialmente e isso desde o início da sua existência. Por isso é necessário pontuar que o suposto lugar da MP hoje, é resultado de inúmeras associações e interseções estabelecidas ao longo dos séculos. Embora essa vivência preceda a escravidão, é a partir das opressões submetidas a essa mulher e do modo como se estabeleceram as relações nesse período que compreendemos alguns elementos que contribuíram para a formação de uma identidade de gênero e etnia entre as mulheres pretas deste país.

Retiradas de seu continente de origem, as ancestrais dessas mulheres tiveram seus corpos e mãos de obra explorados, uma experiência dolorosa o suficiente para impactar as gerações seguintes e qualquer sentido de identidade que se tenha construído. Sueli Carneiro (1993) ressalta que as mulheres negras advêm de uma experiência histórica diferenciada e o discurso clássico sobre a opressão da mulher não dá conta da diferença qualitativa da opressão sofrida pelas mulheres negras e o efeito que ela ainda tem em suas identidades.

Parte dessa identidade foi construída relacionada às religiões de matriz africana. E para justificar essa importância basta dizer que a religião foi o grande elo para que mulheres e homens negros sobrevivessem à diáspora africana. Sendo inevitável notar que elas serviram também como modelo social que exemplificam o lugar das mulheres. Nas mitologias africanas encontramos diversos paradigmas do modo como às pretas foram subjulgadas e controladas. Isso fica claro quando observamos as representações dos orixás e encontramos sempre o ponto de vista do homem, que aponta a necessidade de controle da mulher.

Carneiro (1993) afirma que a dominação sobre as africanas era justificada por qualidades como a voracidade, intolerância e excessos, que lhes foram atribuídas como “naturais”. A figura das orixás surge a partir da oposição dos atributos masculinos, assim, sempre “encontramos um equivalente feminino para cada

representante masculino, assim homens e mulheres participam das qualidades inerentes à “natureza humana” (CARNEIRO, 1993, p. 24);

Assim é a história da orixá Iansã, guerreira e esposa de Xangô, que nos mitos tem como destaque o seu temperamento forte e a insubordinação, sendo sempre controlada e acompanhada por seus parceiros. Mas ao contrário do cristianismo, em que a mulher aparece como subproduto do homem, ou melhor, da costela dele, nas religiões de matriz africana são reconhecidas as potencialidades da mulher, a ponto de reconhecer que elas podem facilmente submeter as figuras masculinas.

Esse reconhecimento é a referência para a expoente presença das mulheres pretas em posições de poder nos terreiros. Sendo uma característica social tão forte, em Salvador, que mereceu destaque no livro “A cidade das mulheres”, de Ruth Landes. A autora afirmar ser a MP a grande referência de poder na religião.

[...] este era realmente um templo de matriarcas e que os homens, embora desejados e necessários, eram principalmente espectadores... [As mulheres] eram de pele escura, fortes, grandes, e nada tinham dos modos recatados que a classe alta considera femininos e sedutores. De fato, pareceram-me homens vestidos com as saias das baianas (LANDES, 1967, p.88)

Mas essa posição de poder encerra-se na religião. Já que foi na condição de escrava que foram construídos vários aspectos frequentemente relacionados à existência e identidade da MP, um deles é o trabalho. Davis (1981) afirma que o trabalho compulsoriamente ofuscou qualquer outro aspecto da existência feminina das mulheres negras. Na condição de escravas, além do trabalho para os senhores, era também uma atribuição as atividades do próprio lar. Mais adiante veremos que mudam apenas as denominações, mas a dinâmica é a mesma. O trabalho estafante, sem garantias de direitos são, infelizmente, comuns à mulher preta em qualquer período histórico.

Ainda durante a escravidão surgiu outro estereótipo socialmente compartilhado. Além de exímias trabalhadoras, lhes cabiam à responsabilidade de serem as reprodutoras da família. Assim o lar, os filhos e o marido tornam-se obrigações essenciais e a fertilidade uma potencialidade intrínseca, ser mulher preta significava ter filhos, de preferência mais de um.

[...] Quando a abolição internacional do comércio de escravos começou a afetar a expansão da inicial e crescente indústria de algodão, a classe dos donos de escravos foi forçada a confiar na reprodução natural como o método mais seguro de substituir e aumentar a população doméstica escrava. E aí o peso colocou-se na capacidade das mulheres escravas reproduzirem. (DAVIS, 1981. p. 140)

A noção da mulher fértil andou lado a lado do abuso sexual. Na condição de “mercadorias” elas foram percebidas como objetos sexuais a serviço do homem. Na época, a compreensão era que o senhor tinha plenos direitos de explorar todas as capacidades de um escravo. Assim, atos como o estupro ou a prostituição eram habituais. Com a dignidade abalada, a MP também encontrou dificuldades na relação familiar, resultado da sistemática humilhação social, sendo alegadas a elas características como promíscuas e desavergonhadas. É nesse momento que a imagem da negra como a mulher do sexo e não a do matrimônio se estabelece. A desvalorização do corpo da mulher negra é uma ferida aberta até hoje, a objetificação foi extremamente violenta durante a escravatura, sendo a erotização e sensualidade do corpo negro reflexos frequentes em qualquer representação.

[...] A desvalorização da natureza feminina negra ocorreu como resultado da exploração sexual das mulheres negras durante a escravatura que não foi alterado no decurso de centenas de anos. Já previamente mencionei que enquanto muitos cidadãos interessados simpatizaram com a exploração das mulheres negras quer durante a escravatura quer após, como todas as vítimas de violação da sociedade patriarcal elas eram vistas como tendo perdido valor e dignidade como resultado da humilhação que elas suportaram. (Bell Hooks, 1981 p. 40)

Até aqui é possível notar que foram inúmeros os elementos que desvalorizaram a natureza da mulher preta. São essas sucessivas opressões que sustentam atuais representações dessa mulher. O ponto de partida dessas representações foi à diferenciação a partir da visão biológica, que coloca a mulher como inferior aos homens, do ponto de vista da força física; seguida da religião quando ela é posta como um subproduto ou como alguém que precisa ser controlada; já no campo social, pesa a última posição na hierarquia dos indivíduos.

[...] Fazem parte da representação dessas mulheres o peso da herança colonial e do sistema patriarcal que se apoia sobre a superioridade masculina branca na seguinte escala de valores: o poder político, econômico, social e cultural é privilégio do homem de cor branca; em seguida, numa degradação de valor, fica a mulher branca; abaixo dela, o



homem de cor negra, ficando a mulher negra como estrato mais desvalorizado da população brasileira.(BARBOSA; SILVA, 2010, p.2)

Carneiro descreve em poucas palavras a transição do lugar da MP como parte de um “contingente de mulheres com identidade de objeto. Ontem, a serviço de frágeis sinhazinhas e de senhores de engenhos tarados, hoje, empregadas domésticas de mulheres liberadas e dondocas ou mulata tipo exportação” (1993, p.11).

## **2.1 O início do Grupo A Tarde e as primeiras aparições da mulher preta**

Com a compreensão das principais representações que circundam a MP, precisamos discorrer sobre como elas aparecem no primeiro veículo do Grupo A Tarde. A edição inaugural do impresso aconteceu no dia 15 de outubro de 1912 e em sua primeira publicação o jornalista, empresário, político e fundador Ernesto Simões Filho descreve em poucas palavras como seria o posicionamento do estreante: “imparcial, mas não indiferente; neutro, mas não se esquivaria das controvérsias partidárias. Mais sereno do que violento, mas, se atacado, repeliria a ofensa à altura”.

Ao longo dos 105 anos seguintes esse tom permaneceu no periódico ainda depois da morte do seu mentor. Desde o início a preocupação enquanto produto jornalístico foi abrir espaço para análises e opiniões de figuras acadêmicas e especialistas para debater temas sobre a Bahia, com consciência crítica e sem perder de vista o seu contrato de lealdade com o leitor baiano.

[...] Nós precisamos fazer um jornal honesto, bom e bem educado  
[...]Devemos, pois, ao público patricio a afirmação sincera de que A Tarde, secundada pelas auras de seu apoio, há de ser um jornal digno”.  
(ERNESTO SIMÕES FILHO. Editorial – A Tarde, 15/10/1912, p. 2).

O posicionamento de Ernesto Simões levou A Tarde a uma grande caminhada no jornalismo político desde a república velha até a nova república, ajudando a consolidar o reconhecimento como um dos veículos impressos mais tradicionais da Bahia ainda em circulação. E nesse período foram inúmeras as transformações.

Uma delas na estrutura física, que deixou a primeira sede da Rua Manoel Vitorino, Nº 23, e ocupou dois bairros da capital, até o atual edifício no bairro Caminho das Árvores.

Dentro das páginas de A Tarde também nota-se as transformações. Há duas décadas ainda era possível encontrar nas bancas um jornal com 30 páginas sem os suplementos, hoje uma edição tem apenas 16 páginas. Algumas editorias também foram extintas como “observatório”, “Ciência e Saúde”, “Caderno 1”, “Motor” e “Digital”, dando lugar a uma nova hierarquização das notícias.

Mas antes de todas essas mudanças estruturais, em 31 de outubro de 1912, é que encontramos pela primeira vez a presença da mulher preta nas páginas do jornal. Na edição número 15, a matéria “A demente de Nazareth – vítima do candomblé” aborda a história de uma mulher negra de “aparência miserável” que vaga pelo bairro Nazaré, em Salvador. O texto descreve uma mulher de “estupidez catatônica” que viveu nas ruas como uma “sentença de algum feitiço”. A publicação tem dois sentidos primordiais relacionados à MP, a primeira é a má interpretação dos ritos do candomblé, colocando sobre a religião uma característica negativa, com destaque para uma suposta prática de feitiços, sendo um em particular a razão para a mulher ter um comportamento de aparente ausência da realidade. A intolerância religiosa contra as religiões de matriz africana é sensível, nota-se por colocarem a mulher como vítima, assim, a religião seria a grande causa das mazelas sociais presentes nas ruas de Salvador.

A segunda construção da matéria é a descrição detalhada da situação de miséria da mulher. Expressões como “estátua da miséria” e “produto do candomblé” são exemplos do desprezo dedicado não só a mulher descrita na publicação, mas também a percepção da população negra como um todo. Essa é uma representação importante para entender a associação quase freqüente que encontraremos nas publicações analisadas adiante, embora sem essa conotação negativa. É sintomático que a primeira publicação tenha uma construção que relacione o candomblé, à mulher preta e à situação de miséria da população. Mais ainda, que essa tríade seja a principal referência para as recentes publicações, mesmo com mais de um século de distância temporal.



**Figura 1 - Foto da matéria publicada em A Tarde no dia 31 de outubro de 1912, p. 2**

Ainda no mesmo ano, em dois de novembro, a mulher preta e o candomblé retornam às páginas de A Tarde, desta vez a intolerância é marcada pela identificação de uma das fontes como “preta feiticeira”. Na matéria “Uma órfã desonrada, ao abandono é agora perseguida e sob ameaças de tortura” é apresentada a história de uma adolescente que teria sido abusada por um morador do bairro Baixa dos Sapateiros e depois perseguida por uma candomblecista que teria acusado a jovem de tentar seduzir o suspeito do crime.

O texto coloca a mulher preta, identificada pelo nome de Eufrásia, como a responsável por perseguir e ameaçar a adolescente. A religiosidade dessa mulher serve como elemento para demonstrar o perigo que ela representa a vítima. Nesse contexto, além da denominação como feiticeira, a mulher preta é retratada como uma pessoa desequilibrada e perigosa que deve ser acompanhada pela polícia, tanto que no encerramento da notícia, o repórter destaca que “as perseguições de Eufrásia, cabe ação da polícia”. Assim, o discurso não relaciona o fato ao suspeito, mas a uma terceira que parece ter sido incluída na notícia por manter algum

relacionamento afetivo com o acusado. E uma vez que ela é preta e da religião do candomblé, é certamente vista como a que mais oferece perigo a sociedade.

Para além da relação com a religião, à mulher preta surge também no tradicional folhetim da época — texto de entretenimento publicado sempre na parte inferior da primeira página dos antigos jornais (ALVIM, 2008). O primeiro veiculado em *A Tarde* foi “Mulheres de bronze – um drama de sangue” que narra à disputa de um primo e as duas filhas do senhor Ricardo Bernier, pela herança da família. Fruto de um casamento de Bernier com uma negra não identificada, as filhas “mulatas” surgem como herdeiras ilegítimas, já que para a sociedade da época elas não seriam o “puro sangue” da tradicional família. O drama gira em torno da busca do primo pela herança, uma história de ganância e interesses.

Embora personagens centrais da narrativa de Xavier Montepin, a presença das filhas surge apenas a partir da fala de terceiros. Em mais de uma publicação, o primo é o principal personagem condutor do enredo, que tem seus dilemas e interesses retratados. O lugar de mulher preterida, subjulgada e silenciada parece ser comum, à época, na construção discursiva do jornal. Ainda que estejamos falando das mulatas, que já nesse período estavam presente no imaginário social como as mulheres sensuais e de corpos perfeitos que mereciam atenção, elas não eram o centro essencial da narrativa, sendo apenas um mote para um enredo que descreve a caminhada de um homem branco.

Essas primeiras aparições da MP revelam inúmeros estereótipos<sup>2</sup> atribuídos a ela, que constituiu um terreno fértil para a construção de inúmeras representações<sup>3</sup> que ocupam diversos espaços sociais. Na análise realizada mais adiante nesta pesquisa, esses elementos apresentados serão essenciais para compreender como foi elaborada a construção dos discursos que envolvem essas mulheres.

---

<sup>2</sup> As representações são, para Moscovici (2003), uma constante possibilidade de se colocar no mundo, significando e resignificando a compreensão sobre si mesmo, a partir também, dos meios de comunicação.

<sup>3</sup> O estereótipo refere-se a percepções socialmente partilhadas de sujeitos pertencentes a grupos diferentes, as quais adquirem um caráter de rigidez e alto grau de generalização. (Doise, W., 1990)

### **3 A construção de um discurso para representar a mulher preta**

A proposta deste trabalho de conclusão de curso é analisar a construção discursiva na representação da mulher preta, sobretudo a soteropolitana, em matérias publicadas nos dois veículos impressos do grupo A Tarde — os jornais A Tarde e Massa!. No primeiro momento fizemos uma reflexão sobre as principais representações da mulher preta e suas principais aparições na literatura local. Neste capítulo, reuniremos os principais operadores da análise do discurso que irão fundamentar esta pesquisa científica.

Para identificar de que forma a representação da mulher preta é construída no cotidiano dos dois jornais, é necessário compreender as condições de produção dos discursos publicados nos jornais do Grupo A Tarde. Para isso, será necessário reconstruir o processo de produção tendo como corpus textos jornalísticos como notas, notícias, artigos, entrevistas e reportagens. Sendo assim, são os elementos gramaticais que permeiam esses textos que servirão como marcas linguísticas para identificação das propriedades dos discursos.

Mas falar em um processo de produção em um suporte midiático é também falar especialmente dos atores que fabricam esta enunciação supostamente unitária, tal como vemos nos veículos de comunicação de massa todos os dias. Intitulando como instância de produção, Patrick Charaudeau (2010) afirma que a produção da comunicação midiática é uma entidade compósita, ou seja, que tem a participação de vários atores.

[...] Os da direção do organismo de informação que cuidam da saúde econômica da empresa e de sua organização competitiva; os da programação, ligados aos precedentes de maneira a fazer com que as informações conforme sua linha editorial. Todos contribuem para fabricar uma enunciação aparentemente unitária e homogeneia do discurso midiático, uma coenunciação, cuja intencionalidade significativa corresponde a um projeto comum a esses atores e do qual se pode dizer que [...] representa a ideologia do organismo de informação. (CHARAUDEAU, 2010, p. 73)

Portanto, na construção de um produto midiático estão envolvidos diversos indivíduos que a partir das suas ações e práticas construirão a imagem de cada empresa de comunicação. Embora no imaginário social o jornalista seja o principal

enunciador de um discurso, ele não é o único ator, ainda que tenha posição importante. Para Charaudeau, o jornalista ocupa dois papéis principais no processo de enunciação dos discursos, o de pesquisador-fornecedor e o de escritor-comentador das informações. Em ambas, essa figura encontra dificuldades para realiza o ato de transmitir e comentar a informação. Primeiro, porque enquanto fornecedor da informação o repórter é obrigado a lidar com um universo vasto de dados e informações, que precisa ser organizado e qualificado para que defina um recorte dos acontecimentos mais importantes do dia. Ainda nesta posição, existe o problema do tratamento das fontes, que diz respeito a como quantificá-las e qualificá-las.

As fontes são, quase sempre, a porta de entrada para um fato. É também a partir delas que validamos ou não um acontecimento. Charaudeau as classificam como internas ou externas ao organismo de comunicação (vide imagem abaixo). As internas podem ser desde um correspondente do veículo de comunicação a arquivos próprios que servem como base para a problematização de um assunto. Já as fontes externas são as outras mídias, indústrias e serviços, que podem ser também qualificadas como institucional ou não institucional.

**Figura 4**  
**A identificação das fontes**

"INT. MÍDIAS"		"EXT. MÍDIAS"	
<p>"int. org. info"</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Correspondentes</li> <li>• Enviados especiais</li> <li>• Arquivos próprios</li> </ul>	<p>"ext. org. info"</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Agências e indústrias de serviço</li> <li>• Outras mídias</li> </ul>	<p>"institucional" (oficiais/oficiosas)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estado-Governo</li> <li>• Administrações</li> <li>• Org. sociais (partidos, sindicatos)</li> <li>• Políticos (representantes sociais)</li> </ul>	<p>"não institucional"</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Testemunhas</li> <li>• Especialistas</li> <li>• Representantes (corpos profissionais)</li> </ul>

**Figura 2 - Quadro "A identificação das fontes" (CHARAUDEAU, 2010, p. 148)**

No relacionamento com as fontes residem duas responsabilidades que cabem ao jornalista e fazem parte da instância de produção. São elas: "obter os meios de acender a um máximo de fontes possíveis, verificá-las e apresentá-las" (CHARAUDEAU, 2010, p.148).

[...] Para acender às fontes, ora são as informações que chegam aos organismos de informação (fala-se de fontes passivas), ora são os atores das mídias que vão procurá-las (fala-se de fontes ativas). Coloca-se então o problema dos jogos de manipulação que podem se instaurar entre as mídias e as fontes. (CHARAUDEAU, 2010, p.148)

A segunda dificuldade para o jornalista está em manter o rigor e coerência no discurso de informação, sem construir um texto muito científico — que alcance apenas um público especializado; ou didático, que implica uma avaliação de métodos e validações que não fazem parte do processo de elaboração de um texto jornalístico.

Fica claro que na construção de uma pauta o profissional necessita estabelecer diversos modos, sejam eles de denominação das fontes, através do nome, título ou cargo, para que as forneçam indícios de sua origem e importância para aquele contexto jornalístico. Ou um modo de enunciação a fim de indicar um distanciamento em relação à fonte original.

### **3.1 O contrato de leitura, a enunciação e o posicionamento discursivo**

Considerando os já citados dois papéis do jornalista, é possível notar que os atores do suporte midiático precisam estabelecer um leitor modelo <sup>4</sup> para pensar e organizar o conteúdo a fim de que este alcance uma parcela significativa do público. Charaudeau nomeia esse leitor como “sujeito-alvo”, que concentra em sua imagem simbólica “os interesses que podem ser despertados, alimentados ou saturados ao sabor da estratégia de comunicação” (2010, p. 80).

Toda essa dimensão é, segundo o autor, a instância de recepção, já Eliseo Verón (2004) a delimita como condições de reconhecimento. Ainda que com nomenclaturas diferentes, os dois autores afirmam que, nesse caso, o interesse pela análise está na leitura que o público obtém como objeto de um discurso, percorrendo mais claramente, trata-se dos efeitos de um discurso midiático.

---

<sup>4</sup> O leitor modelo é uma entidade simbólica que é supostamente capaz de interpretar um texto da mesma maneira que o autor previu durante o processo de geração do mesmo. (Umberto Eco, 1962)

Entretanto, antes de chegarmos aos efeitos de um produto midiático, precisamos percorrer o processo de construção de um texto jornalístico. Para isso é necessário pontuar sob quais referenciais simbólicos esses textos estão ancorados. Verón, em seus estudos sobre o discurso jornalístico, já nos dá uma pista quando constrói a noção do contrato de leitura, que serve como referencial para criar um elo simbólico para que os interlocutores reconheçam a fala um do outro, gerando possível fidelidade. Neste cenário, “o produtor de discurso não só constrói seu lugar ou seus lugares no que diz; fazendo isso, ele define igualmente o seu destinatário” (VERÓN, 2004, p. 217).

No caso dos jornais impressos, Verón (2004) propõe uma articulação entre a semiologia e a sociologia, direcionando para a análise das diferentes matérias significantes que compõem o dispositivo de enunciação do suporte de imprensa e estudos de recepção, que buscam compreender a gramática do reconhecimento.

[...] Posição didática ou não, transparência ou opacidade, distância ou diálogo, objetividade ou cumplicidade, partilha de valores no nível do dito ou no plano das modalidades do dizer; forte articulação dos níveis ou discursos montados “em paralelo”, grau e tipo de saber atribuídos ao leitor: por meio das escolhas efetuadas em relação a essas dimensões (que, é claro, admitem graus) e muitas outras, constrói-se o contrato de leitura: apresenta-se um enunciador que propõe um lugar a um destinatário (VERÓN, 2004, p. 233).

Para o autor, o contrato de leitura leva em conta o universo da concorrência a partir da comparação entre veículos, a Identificação das invariantes discursivas – “modalidades de discurso que se repetem e que, conseqüentemente, dão estabilidade à relação suporte/leitor” (VERÓN, 2004, p. 234); e a sistematização das propriedades dos discursos, que devem ser analisadas em seu conjunto – uma operação não deve ser descrita de forma isolada, deve compreender a sua relação com os demais elementos.

Os elementos presentes no contrato de leitura surgem, então, das convenções que regulam as relações entre os sujeitos. As regras, pré-estabelecidas, compõem o aprendizado dos indivíduos na sociedade e são repassadas por herança cultural. Para o autor, o contrato de leitura implica que o discurso de um suporte de imprensa seja um espaço imaginário onde percursos são propostos; para que o leitor escolha



o seu caminho com mais ou menos liberdade. O propósito do contrato é também estabelecer um conjunto de regras e parâmetros para que o maior número de cidadãos possam compartilhar a informação, objetivando proporcionar uma relação perene e cativa.

Ao analisar os gêneros do discurso, Dominique Maingueneau (2002) também identifica uma dimensão contratual na relação entre enunciador e coenunciador, considerada como fundamentalmente cooperativa e regida por normas.

[...] Um jornalista assume o contrato implicado pelo gênero de discurso do qual participa; um *fait divers*, por exemplo, deve ser verídico (relatar somente a verdade), apresentar um tema adequado ao *fait divers* (um incêndio em um celeiro e não um acontecimento político), conter todas as informações necessárias à compreensão (cf. os famosos “quem”, “quando?”, “onde?”...), não pressupor quaisquer saberes que não sejam os dos seus leitores-modelo (MAINGUENEAU, 2002, p.69).

Portanto, para garantir que o leitor possa partilhar a informação é relevante estabelecer condições para que todos tenham identificação com o que está sendo apresentado ou revelado. Esta ligação ou elo é proporcionado, segundo Verón, pelas invariantes referenciais, que são elementos que criam uma identidade em um discurso, criando um elo que liga um suporte ao seu público.

Mas qual é a finalidade de ter uma coleção de regras para fazer-se entender? Para Charaudeau a resposta está em duas funções, em que cada uma delas corresponde a uma lógica particular. A primeira finalidade, ou visada de comunicação, como afirma o autor, é o *fazer saber*.

Nesta reside o caráter mais imaculado do jornalismo, a tarefa de informar os cidadãos sobre o que é convencionado como os acontecimentos mais importantes. Assim, para que o jornalista saiba como moldar a informação para que ela cumpra seu objetivo, é importante estabelecer parâmetros que possam garantir a pertinência do conteúdo.

A segunda visada é *fazer sentir*, captar seus leitores pela emoção. Todavia, esse ato, embora aparentemente sentimental, está na verdade ligado à lógica comercial, afinal, as vendas e a saúde financeira de um veículo é essencial para sua

existência. Logo, captar seus leitores pela emoção significa, diretamente, sobreviver à concorrência. Mas mesmo com o apelo financeiro, o fazer saber é a finalidade dominante nos suportes midiáticos.

No contrato, é a primeira visada que domina, a do *fazer saber*, que está ligada à verdade, a qual supõe que o mundo tem uma existência em si e seja reportado com seriedade numa cena de significação credível. (PATRICK CHARAUDEAU, 2010, p. 87)

Discorrer sobre o contrato de leitura é também interessar-se pela distinção entre as entidades discursivas: o enunciado e enunciação; e emissor e receptor. A distinção nos faz compreender porque um mesmo emissor pode construir discursos e enunciadores diferentes a depender do leitor modelo ou ideal. O corpus deste trabalho é um dos exemplos, como um mesmo grupo de comunicação, o Grupo A Tarde, estabelece dois enunciadores diferentes, ainda que estes compartilhem a mão de obra dos mesmos profissionais? Uma das explicações está na afirmação de Verón quando diz que “a enunciação diz respeito não ao que é dito, mas ao dizer e suas modalidades, os modos de dizer”. (VERÓN, p. 216).

Para compreender o ato de enunciação de uma informação, Eliseo Verón (2004) propôs uma metodologia voltada para o nível da enunciação e estratégias de diferenciação dos suportes de imprensa. Discorre o autor que todo discurso pressupõe um dispositivo de enunciação que é construído através das modalidades do dizer e que comporta a imagem de quem fala; uma imagem daquele a quem o discurso se destina e uma relação entre ambos.

São possíveis diversas maneiras de apresentar um mesmo enunciado. Serve como exemplo as capas dos jornais A tarde e Correio\*, do dia 13 de junho de 2017. Ambos os jornais apostam na imagem do jogo do Bahia contra Grêmio para a capa do dia. Embora comentem sobre o mesmo assunto: a derrota do Esporte Clube Bahia; o jornal Correio\* prefere destacar que a derrota do time ocorreu nos últimos minutos do segundo tempo. Já em A Tarde é apresentada a tática utilizada pelo time baiano.



Figura 3 - Capas dos jornais Correio\* e A tarde, do dia 13 de junho de 2017

Do ponto de vista do enunciado, o assunto é o mesmo, a diferença está nos modos de representação da notícia, ou melhor, o modo como ela é descrita. E inúmeras são as formas de construir esse modo peculiar de dizer, uma das matérias significantes daquilo que Verón (2004, p.217) chama de constituintes do contrato de leitura, no caso do discurso da imprensa. É necessário pensar quais os discursos esses dois jornais escolhem para si e como ele constrói o assunto e a apresentação desses ao seu público. O que o leitor do jornal A Tarde espera ao ler uma matéria esportiva após uma rodada do campeonato brasileiro? Elaborar esse questionamento é necessário para situar o discurso e o modo como cada veículo escolhe representá-lo.

Qualquer indivíduo, em algum momento da vida, precisa marcar sua posição no mundo. Isso o localiza em um tempo/espço e até mesmo grupo social. O mesmo pode ser dito dos veículos de comunicação no campo discursivo. Como já foi dito anteriormente, é o modo de dizer de um jornal que o difere dos outros impressos que circulam em um município, cidade ou país que abordem o mesmo assunto.

Portanto, é preciso avaliar o posicionamento discursivo de um meio de comunicação para entendê-lo em sua plenitude.

Ferreira (2011) define os estudos sobre posicionamento discursivo como “uma parte no domínio da análise do discurso que visa compreender o cenário de concorrência entre os mais diversos suportes midiáticos, por conseguinte, a maneira como cada um se coloca em relação ao público e aos seus concorrentes”. A partir dessa perspectiva nos interessa os discursos midiáticos a partir de um espaço de disputa em suportes e a compreensão de como se estabelece o contato entre um produto e o seu público.

Para Ferreira, há um posicionamento discursivo para cada suporte midiático e à medida que esse laço se torna mais forte com o seu público, maiores são os índices de audiência.

### **3.2 O conceito de acontecimento**

O que faz um acontecimento digno das páginas dos jornais? O que o qualifica no universo de possibilidades tão vasto? Para Charaudeau (2010) o acontecimento nasce do olhar que um sujeito humano lança sobre algum fato, logo, estamos falando da interpretação desse sujeito. Segundo o autor o fato em si não configura um acontecimento significativo, mas sim a conjunção de uma multiplicidade de lógicas em um determinado sistema de pensamentos e crenças.

Em termos práticos, se falamos de um homicídio, são as relações intrincadas nele que o legitima. Nesse caso, um homicídio de uma criança, em um bairro nobre, por motivo torpe, com características de uma “purificação étnica” tem uma leitura mais apelativa em uma cidade como Salvador, em que em média acontecem quatro homicídios por dia<sup>5</sup>.

Mas, para entender a futura análise que realizaremos neste trabalho, não nos importa apenas o acontecimento em si, mas o processo de construção desse

---

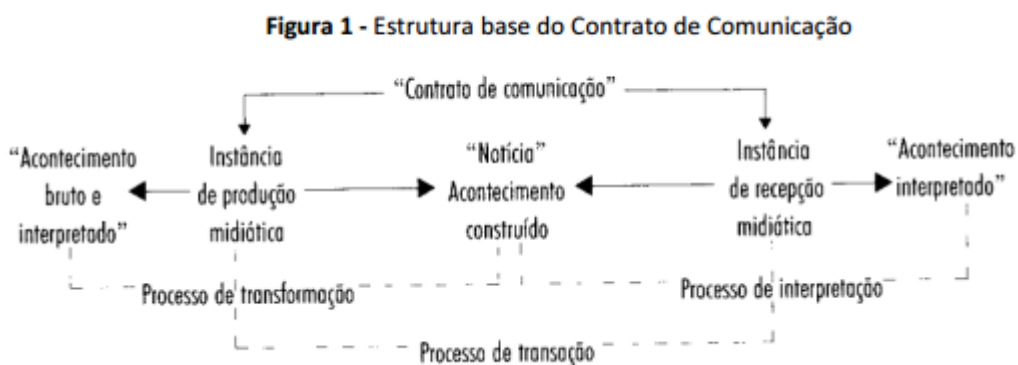
<sup>5</sup> Informação retirada do boletim semanal da Secretaria de Segurança Pública da Bahia. Foram computados dados do dia 5 a 15 de junho de 2017.

acontecimento, que Charaudeau chama de processo evenemencial, cuja condição é de interesse analítico.

Para o autor, antes de chegarmos ao acontecimento temos uma modificação do “estado natural das coisas”. Se tomarmos o exemplo anteriormente apresentado, a morte de uma criança com características de “purificação étnica” é considerada um *modus operandi* diferente dos outros fenômenos diários, portanto, temos aqui uma modificação. Isso gera um desequilíbrio, nesse caso social, em função desse acontecimento. Com isso, é necessário que toda essa situação seja percebida por sujeitos e que estes a inscreva em uma rede de significações sociais. Ainda pensando no exemplo, o que esse acontecimento significa para uma cidade como Salvador? É a partir desta pergunta que poderão surgir inúmeras matérias a respeito.

Respondendo às duas perguntas iniciais deste tópico, o acontecimento que preenche as páginas dos jornais guardam em si características que os validam: a ruptura de uma condição de normalidade, a percepção deste fenômeno de modificação e a significação deste momento para que dele possam emergir acontecimentos notáveis.

Chegamos então a um ciclo de comunicação que envolve a instituição midiática e seus diversos atores, o acontecimento bruto e sua transformação em um fato comentado, a notícia como conhecemos. Assim como o repórter interpreta qual é o seu sujeito-alvo, o seu leitor. Pra compreender mais claramente, Charaudeau estabelece, baseado na reflexão da semiotização de Paul Ricouer, um quadro explicativo desse processo.



**Figura 4 - Quadro “Estrutura base do contrato de comunicação” (CHARAUDEAU, 2010, p. 114)**

A partir desta exemplificação de Charaudeau fica claro que sempre temos um acontecimento construído por, pelo menos, dois modelos de acontecimento, o bruto, que passará por um processo de transformação e o acontecimento interpretado na instância de produção da notícia.

### **3.3 As representações na comunicação midiática**

A presença da mulher negra nos meios de comunicação de massa é fundamental, já que eles influenciam diretamente na organização social e na construção da realidade. Essa representatividade nas publicações diárias é uma possibilidade de reconhecimento do grupo e das suas práticas sociais. Já que na organização sequencial das informações e na descrição dos personagens que compõem as matérias publicadas diariamente, também estão circunscritas representações que contribuem para a realidade socialmente compartilhada. Como diz Verón (1995), a mídia informativa é o lugar onde as sociedades industriais produzem a nossa realidade.

Para Moscovici (2003, p.10), as representações sociais são entidades quase tangíveis, elas impregnam a maioria das nossas relações estabelecidas, dos objetos que nós produzimos ou consumimos e as comunicações que estabelecemos. Por isso, ao identificar uma fonte em uma reportagem, estamos também identificando as representações que permeiam grupos e indivíduos sociais.

Sendo assim, entender a representação de uma fonte nas páginas do jornal impresso é entender também o modo como nos comunicamos entre grupos e indivíduos. Já que é a partir das representações que nos relacionamos e estabelecemos vínculos. Moscovici explica que “elas se entrecruzam e se cristalizam continuamente [...] Elas impregnam a maioria de nossas relações.

A representação deve ser compreendida, então, como um fenômeno que acontece no desenrolar dos processos sociais. Ela se constitui como uma constante possibilidade de se colocar no mundo, significando e resignificando a compreensão

sobre si mesmo, a partir também, dos meios de comunicação. Isso nos leva às influências que fazem parte desse processo de resignificação e sua realização nos veículos impressos.

### **3.4 O discurso e o fotojornalismo**

Engana-se quem confere às imagens dos jornais impressos apenas a tarefa de ilustrar uma matéria. Carregada de sentidos e atitudes, essas imagens também constituem uma mensagem, que implica a participação de inúmeros atores. Contrariando a ideia de que entre a foto e a realidade existem apenas as lentes da câmera fotográfica e os olhos do fotógrafo.

Roland Barthes (1990) discorre que a totalidade da mensagem no fotojornalismo “é constituída por uma fonte emissora, um canal de transmissão e um meio receptor”. O autor afirma que a principal fonte emissora é a redação, a equipe técnica, “dentre os quais uns batem a foto, outros a escolhem, a compõem, a tratam, e outros enfim a intitulam, preparam uma legenda para ela e a comentam”.

Para compreender as imagens do fotojornalismo não podemos esquecer toda a conjuntura da linguagem (relação texto x imagem) envolvida. Verón (2004) ressalta que em uma análise do discurso, quando se trata da composição de texto e imagem, a imagem nunca pode ser analisada em si mesma, ela não é separável dos elementos linguísticos que a compõe e a comentam.

Quando nos deparamos com uma imagem, nos deparamos também com a humanização daquele contexto que é explorado na matéria. Não sem motivos, nos grandes prêmios para o fotojornalismo encontramos imagens, quase sempre, chocantes sobre a condição, sentimentos, vivências de um grupo social. Assim, percebemos mais claramente o cunho também político da imagem que permite “estudar grupos humanos, lhes definir motivações, atitudes, e de tentar ligar o comportamento deles à sociedade total da qual fazem parte.” (BARTHES, 1990, p11).

O imaginário social compartilhado sobre o jornalismo pode nos levar a crer que a imagem da imprensa tem um cunho testemunhal, o retrato claro tendo como efeito de sentido a objetividade daquele momento e espaço proposto textualmente. Mas o status semiótico de “fragmento” da realidade já entrou em ruína há alguns anos, abrindo espaço para visão mais voltada para a transformação da imagem de um modo semântico. A imagem, então, deixa de trazer um recorte real de um momento para evocar um sentido mais ligado à palavra ou linguagem.

No jornalismo sempre vemos uma imagem que carrega em si um processo de conotação. Barthes (1990) explica que sempre que encontramos uma legenda ou um título associado à imagem, temos uma imposição de um segundo sentido à imagem fotográfica, que esta se elabora em diferentes níveis de produção. Para compreender melhor o processo de conotação, o autor estabelece seis processos em que está claro a construção deste segundo sentido do discurso.

[...] Com todo rigor, seria necessário separar os três primeiros (trucagem, pose, objetos) dos três últimos (fotocenia, estetismo, sintaxe); pois que nesses três primeiros procedimentos, a conotação é produzida por uma modificação do próprio real, isto é, da mensagem denotada (estes preparativos não são evidentemente próprios da fotografia); (BARTHES, 1990, p. 13)

Para a finalidade desta pesquisa, basta destacar três destes processos: pose, objetos e fotocenia. A pose tem um nome quase ilustrativo e trata-se de imagens que retratam a pose de um indivíduo construída a partir de atitudes estereotipadas, constituídas de elementos de significação partilhados socialmente. Serve como exemplo ilustrativo a clássica pose dos empresários ou figuras políticas de braços cruzados diante de uma mesa ou sala ampla. Normalmente, a construção a partir dessa imagem é a de solidez, poder e segurança.

Em objetos encontramos imagens que servem como meios para associação de ideias ou até mesmo símbolos de determinada iconografia reconhecida. Essa estratégia é muito comum, no jornal impresso, quando nos deparamos com matérias de temas mais sensíveis em que a publicação da imagem da fonte pode ferir algum preceito moral ou ético.



Já a fotocenia é a embelezamento da imagem a partir de técnicas fotográficas como a iluminação, colorismo, impressão e tiragem. Nesse processo, cada técnica corresponde a um sentido de significação, a partir da exaltação ou negação de algum elemento da imagem, a fim de construir um ideal de representação.

#### 4 A construção discursiva na prática – aplicação da Análise do Discurso

Apresentado o procedimento da Análise do Discurso, iremos agora para a aplicação nesta pesquisa, cujo principal objetivo é identificar como é construído o discurso na representação da mulher preta nos jornais A Tarde e Massa!. A proposta deste percurso analítico é elaborar uma comparação das matérias selecionadas sobre o tema em ambos os jornais, pontuando aspas, construções de espaços e temas mais associados às mulheres pretas para que possamos compreender como elas são representadas.

Verón afirma (2004) que as primeiras identificações de um texto só são possíveis por diferenciação, ou seja, através de uma comparação sistemática do conteúdo que foi produzido por ocasião de um “mesmo” acontecimento “real”, mas que obedeçam as condições de processos diferentes. Por isso, partimos desta premissa para escolher os nossos objetos de análise, que são os jornais A Tarde e Massa!, veículos de um mesmo grupo de comunicação, o Grupo A Tarde. Temos então um mesmo emissor e dois sujeitos enunciativos construídos separadamente para atender a estratégias de comunicação diferenciadas e proposta de públicos diferentes.

<b>Matérias analisadas - A TARDE</b>	
<b>Mês/ Ano</b>	<b>Quantidade</b>
Novembro de 2014	24
Novembro de 2015	18
Novembro de 2016	19

Tabela 1- Quantitativo de matérias analisadas em A Tarde

<b>Matérias analisadas – MASSA!</b>	
<b>Mês/ Ano</b>	<b>Quantidade</b>
Novembro de 2014	75
Novembro de 2015	48
Novembro de 2016	29

Tabela 2 - Quantitativo de matérias analisadas no Massa!

<b>DIAS DAS PUBLICAÇÕES ANALISADAS EM A TARDE</b>							
<b>2014</b>	1ª Semana	01/11	04/11	05/11	06/11	07/11	08/11
	2ª Semana	10/11	11/11	12/11	13/11	14/11	15/11
	3ª Semana	17/11	18/11	19/11	20/11	21/11	22/11
	4ª Semana	23/11	24/11	25/11	26/11	27/11	28/11
	5ª Semana	29/11	-	-	-	-	-
<b>2015</b>	1ª Semana	04/11	05/11	06/11	07/11	09/11	10/11
	2ª Semana	11/11	12/11	13/11	14/11	16/11	17/11
	3ª Semana	18/11	19/11	20/11	21/11	23/11	24/11
	4ª Semana	25/11	26/11	27/11	28/11	-	-
<b>2016</b>	1ª Semana	04/11	06/11	09/11	11/11	12/11	14/11
	2ª Semana	15/11	16/11	17/11	20/11	21/11	22/11
	3ª Semana	25/11	30/11	-	-	-	-

<b>DIAS DAS PUBLICAÇÕES ANALISADAS NO MASSA!</b>							
<b>2014</b>	1ª Semana	01/11	04/11	05/11	06/11	07/11	10/11
	2ª Semana	11/11	12/11	13/11	14/11	15/11	17/11
	3ª Semana	18/11	19/11	20/11	21/11	22/11	24/11
	4ª Semana	25/11	26/11	27/11	28/11	29/11	-
<b>2015</b>	1ª Semana	02/11	03/11	04/11	05/11	06/11	07/11
	2ª Semana	09/11	10/11	11/11	12/11	13/11	14/11
	3ª Semana	16/11	17/11	18/11	19/11	20/11	21/11
	4ª Semana	23/11	24/11	25/11	26/11	27/11	28/11
<b>2016</b>	1ª Semana	01/11	02/11	03/11	04/11	05/11	07/11
	2ª Semana	08/11	09/11	10/11	11/11	12/11	14/11
	3ª Semana	15/11	16/11	17/11	18/11	19/11	21/11
	4ª Semana	22/11	23/11	24/11	25/11	26/11	28/11
	5ª Semana	29/11	30/11				

Para construção do nosso *corpus* de pesquisa utilizamos os critérios de compatibilidade propostos por Verón, que estabelece três critérios primordiais para que tenhamos um conjunto de informações que possam ser estudados mais detalhadamente, são eles: a periodicidade, gênero e função predominante. Sendo assim, nosso *corpus* contempla matérias, notas, artigos de opinião, entrevistas e reportagens que abordam a temática da mulher preta, publicadas no mês de novembro dos anos de 2014, 2015 e 2016. Não serão contabilizadas matérias publicadas aos domingos já que o Jornal Massa! não é veiculado neste dia da semana.

O período proposto contempla propositadamente um mês em que a temática negra ocupa com mais facilidade as páginas dos jornais, uma vez que no dia 20 de novembro é celebrado o dia da Consciência Negra. Para que o *corpus* atenda ao universo complexo e vasto da linguagem e suas variantes, foi escolhido o intervalo de tempo com três anos para que possamos acompanhar as possíveis mudanças e condições de produção do conteúdo.

## 5 A construção do discurso no jornal A Tarde

Para o imaginário social é função do jornalismo diário retratar parte da realidade de forma objetiva e direta. Assim, seria através de um *lead* que responde quem, o quê, quando, como, onde e por quê, que o jornalista leva até os leitores as informações que seriam as mais relevantes do dia. Mas como já apresentamos, para além desse imaginário temos uma rede complexa de produção que incluem diversos atores e diversos processos de construção do acontecimento até o produto final nas bancas e diante dos seus leitores.

Para esta análise compreender o conceito do contrato de leitura é de extrema importância. Discorrer sobre um contrato entre o jornal e o leitor é interessar-se pela distinção entre as entidades discursivas: o enunciado e enunciação; e as reais: emissor e receptor. A distinção nos faz compreender porque um mesmo grupo de comunicação pode construir discursos e enunciadores diferentes a depender do sujeito-alvo. Isso fica claro quando identificamos o público, ou sujeitos-alvos, dos Jornais A Tarde e Massa!.

Em pesquisa realizada pelo Núcleo de Pesquisa de Mídia do Grupo A Tarde, foi identificado o grupo de leitores de cada jornal. Para A Tarde seus leitores são, em sua maioria, integrantes das classes A e B, representando 54% de um total de 701 mil leitores mensais, com idade entre 25 a 54 anos, sendo 54% mulheres<sup>6</sup>. Perfil diferente do Massa! que tem mais leitores da classe C (56%), com idade entre 25 a 54 anos, e igualmente apreciado por homens e mulheres<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> Dados retirados do Ibope TGI – Grande Salvador –Fev/14 Mar/15 – Leitores jornal A TARDE Impresso +Digital: 701 mil pessoas, produzido pelo Departamento de Marketing / Núcleo de Pesquisa de Mídia.

<sup>7</sup> Dados retirados do Ibope Easymedia – Grande Salvador – fev/14 a mar/15 – Leitores dos últimos 30 dias, produzido pelo Departamento de Marketing / Núcleo de Pesquisa de Mídia

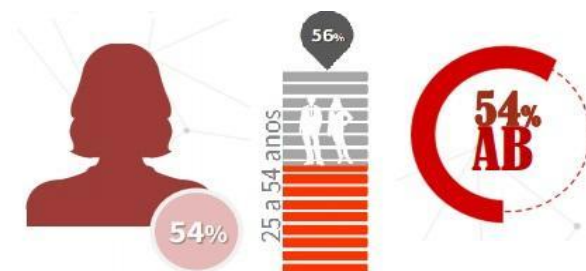


Figura 5- Infográfico produzido pelo Núcleo de Pesquisa do Grupo A Tarde - Público Jornal A Tarde

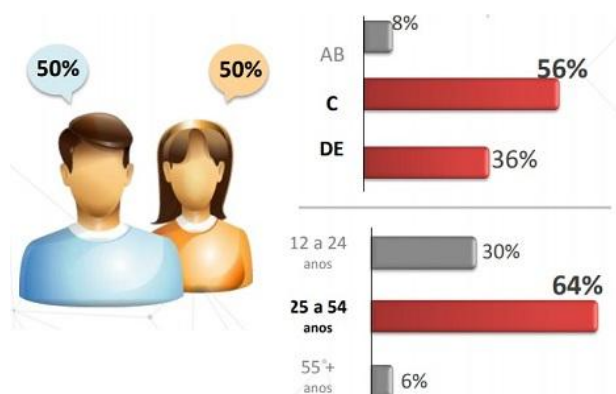


Figura 6 - Infográfico produzido pelo Núcleo de Pesquisa do Grupo A Tarde - Público Jornal Massa!

Essa diferenciação é necessária para compreender como o valor notícia é construído em cada jornal. Mais adiante teremos evidências da lógica de construção diferente em função dessa distinção entre os sujeitos-alvo.

Temos dois jornais de um mesmo grupo, que atende a públicos diferentes e que por isso produzem sentidos diferentes entre si. Para o Grupo, a escolha de dois enunciadores tem um objetivo estratégico, alcançar o maior número de leitores em Salvador e região metropolitana e assim aumentar o seu lucro em vendas. A escolha de um segundo sujeito enunciador (Massa!) também está vinculada ao crescimento em vendas do seu concorrente após uma reformulação, algo que trataremos mais adiante.

A ideia de dois enunciadores é ainda mais rentável se levamos em comparação a estrutura física do jornal e sua mão de obra disponível. Ao contrário do seu concorrente que ocupa uma estrutura física mínima dentro de outro grupo de

comunicação e tem a impressão feita por uma empresa terceira, responsável não só pela impressão como também a distribuição, o Grupo A Tarde ocupa um complexo com dois prédios e um anexo no Caminho das Árvores e tem o seu próprio maquinário para impressão, o que diminui os custos com o operacional, pensando na elaboração dos dois impressos.

Associado a isso, na rotina da redação, existe uma relação de contribuição mútua entre A Tarde e Massa!. Em alguns casos, um repórter e um fotógrafo vão à rua para apuração e voltam com o material que será desdobrado para os dois veículos e o site do grupo (ver Figuras 7). Em termos práticos, isso é resultado de uma progressiva crise financeira do Grupo que, produz dois jornais com a mesma mão de obra.

**CONSCIÊNCIA NEGRA A regulamentação do Estatuto de Igualdade Racial e proteção a terreiros estão entre conquistas**

**ATOS BENEFICIAM COMUNIDADES NO ESTADO**

**Estatuto reserva 30% das vagas de concurso público para segmento**

**Vai rolar reserva de 30% pra negros nos concursos**

**Se ligue! Tráfego será alterado no Centro e na Liberdade**

**Esta e outras medidas fazem parte do Estatuto da Igualdade Racial**

**ESTÁ VALENDO!**

**FONOS MUITO SERAGUIDOS, LUTAMOS MUITO até chegar aqui, e gratificante!**

Figura 7 - Matérias sobre o mesmo tema publicadas em A Tarde e no Massa! no dia 20 de novembro de 2014

Em alguns casos os jornais compartilham de um mesmo material bruto, mas o resultado final é sempre um jornal tradicional e outro popular. Por isso é tão

assertiva a afirmação de Verón que “a enunciação diz respeito não ao que é dito, mas ao dizer e suas modalidades, os modos de dizer”. (VERÓN, p. 216).

A diferenciação entre os veículos começa pela escolha do seu destinatário e em segundo lugar vem o seu posicionamento discursivo em relação aos concorrentes. Para A Tarde, atualmente, é importante manter a reputação de único jornal do norte nordeste mais admirado do Brasil<sup>8</sup>, imagem construída ao longo de 105 anos ao lado de um público de classe média alta de Salvador, muito vinculado ao tradicionalismo político e cultural. Por muito tempo ler A Tarde foi sinônimo de prestígio e até mesmo poder aquisitivo, entende-se na redação, ainda, que o leitor de A Tarde é um indivíduo culto, acostumado a longas sessões de leitura e atento as principais questões políticas e econômicas do país. O setor de pesquisa do veículo aponta que mais de 159 mil dos seus leitores têm nível superior, 350 mil deles possuem imóvel próprio e que 433 mil são empregados<sup>9</sup>. É a esse público e espaço que A Tarde deseja atender em relação a sua concorrência. Isso implica nas escolhas das editorias, os temas abordados nas edições, a sua projeção de público e a maneira como os acontecimentos são construídos diariamente.

Ao longo deste capítulo, seguimos a análise apresentando os resultados da investigação do *corpus*, revelando as editorias em que as mulheres pretas mais aparecem, como se realiza a construção do acontecimento entorno delas e a modo como elas são representadas.

## **5.1 Das editorias as matérias – O lugar da mulher preta em A Tarde**

Atualmente A Tarde conta com nove editorias publicadas diariamente e três suplementos veiculados aos finais de semana, que são os cadernos de Empregos e Imobiliário e a revista Muito. A maior e principal editoria do impresso é Salvador, que conta com três páginas diárias em que são discutidos temas de interesse do público da capital, região metropolitana e interior. As duas primeiras páginas, A4 e A5, são destinadas a temas diversos que incluem saúde, economia e família, já na A6 são

---

<sup>8</sup> Informação retirada da pesquisa “Veículos mais admirados: Igual, mas diferente”, Revista Meio & Mensagem, edição 1638, p. 30 e 31.

<sup>9</sup> Dados do Departamento de Marketing / Núcleo de pesquisa e mídia do Grupo A Tarde.



apresentadas matérias sobre violência de todos os gêneros e repercussão de crimes, já que em A Tarde não encontramos um editoria comumente conhecida como editoria de polícia. Essa dinâmica pode ser alterada em algumas semanas, mas este é o fluxo recorrente do impresso.

Na análise realizada durante as 12 semanas selecionadas, notamos que a presença da mulher negra é imponente nesta editoria. Entre as 61 matérias contabilizadas, mais de 68% delas estão nestas páginas. Em outras editorias, que são elas: Política, Bahia, Economia, Brasil, Mundo, Ciência e Vida; a presença da mulher preta é quase inexistente. Já na editoria Caderno 2 elas ocupam espaço significativo nos temas relacionados as produções audiovisuais e moda. O destaque para o trabalho artístico dessas mulheres é o principal mote em 22% dos conteúdos. No quadro abaixo estão elencadas todas as editorias e a quantidade de matérias que contam com fontes, personagens ou apenas a imagem da mulher preta.

<b>Negras nas Editorias</b>			
<b>Editoria</b>	<b>Nov/2014</b>	<b>Nov/2015</b>	<b>Nov/ 2016</b>
<b>Salvador</b>	18	11	<b>13</b>
<b>Política</b>	-	-	-
<b>Bahia</b>	-	-	-
<b>Economia</b>	-	-	-
<b>Brasil</b>	1	1	1
<b>Mundo</b>	-	-	-
<b>Esporte</b>	1	-	1
<b>Ciência e Vida</b>	-	-	-
<b>Caderno 2</b>	4	6	4

**Tabela 3 - Quantitativos de matérias publicadas por editoria**

É interessante notar a ausência sistemática da MP nas editorias de Ciência & Vida e Economia. Apesar de maioria entre as habitantes mulheres de Salvador,

80%<sup>10</sup>, a saúde dessa mulher ou o seu poder econômico (ou a falta dele) não são notícia. Essa invisibilidade sobre temas básicos para a vida urbana ou rural mostra como essa mulher ainda vive a ausência de direitos dentro da rotina social e como as questões raciais impactam na qualidade de vida e no bem-estar. Isso é ainda mais sintomático quando nos deparamos com dados relevantes como: 60% da mortalidade materna no Brasil ocorrem entre mulheres pretas e apenas 27% delas contaram com um acompanhante no parto, ainda que tenha esse direito<sup>11</sup>. Esses são apenas alguns exemplos de que a questão não é a falta de dados ou problematização a respeito, mas o lugar de indiferença atribuído a essas mulheres, que impede que essas pautas ocupem espaço nos jornais.

Em uma das poucas reportagens em que a saúde da MP aparece, notamos uma situação desfavorável na construção do discurso, em comparação com a mulher branca. Com o título “Luta contra o câncer não pode parar” (MASCARENHAS, 01/11/2014, p. A4), a matéria promove uma discussão em torno da campanha mundial contra o câncer de mama e a prevenção através do autoexame. O texto traz duas personagens para complementar o conteúdo jornalístico, e assim são apresentadas as histórias da artesã Vera Lúcia e a farmacêutica Francis Gomes, ambas diagnosticadas com nódulos malignos na mama.

No entanto, Vera Lúcia, senhora negra e aposentada é apresentada de modo informal, sem indicação do seu sobrenome, idade ou profissão, a ela é apenas designada à identificação como Dona Vera (ver Figura 11). Já Francis Gomes, senhora branca de classe média, tem uma apresentação mais completa com sobrenome, idade, profissão e como extensão tem a apresentação do seu contexto familiar, com a presença da sua filha. Essa construção ocorre porque Francis tem elementos de identificação com o leitor modelo de A Tarde, apresentá-la é um modo de estabelecer proximidade com o público.

A ausência de um modo de denominação da primeira personagem mostra o desinteresse em identificá-la como fonte. Assim, o jornal comunica ao seu leitor que esta é uma figura ilustrativa, ato que fragiliza o pertencimento dela naquele contexto.

---

<sup>10</sup> Dado retirado do Censo Demográfico 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)

<sup>11</sup> Dados do Sistema de Informações sobre mortalidade - SIM, MS/SVS/CGIAE

Vera Lúcia é, no quesito na denominação das fontes, menos importante que Francis Gomes e por isso a ela só é denominado o primeiro nome. A leitura é que não precisamos obter mais informações sobre ela. Pensando no contrato de leitura do jornal, Francis tem mais chances de aproximação e identificação entre os leitores do jornal, Francis tem mais chances de aproximação e identificação entre os leitores do jornal que Dona Vera, eis o motivo dela ter mais espaço e destaque.

**REGIÃO METROPOLITANA**  
**SALVADOR**

**MEIO AMBIENTE** População exige mais árvores e reclama de poda na capital

**9.600** foi o número de exames de mamografias realizados em Salvador durante a campanha Outubro Rosa. A ação foi promovida pelo Grupo Delfin

**5.275** é o número de mamógrafos existentes no Brasil, segundo o Ministério da Saúde. Destes, 2.550 são utilizados pelo Sistema Único de Saúde (SUS)

**R\$ 1.500** é o valor médio que uma pessoa desembolsa no Brasil para ter acesso a um simples diagnóstico do câncer de mama na rede particular, segundo dados da Femama

**OUTUBRO ROSA** Campanha já terminou, mas diagnóstico e tratamento em tempo hábil são decisivos para resultado

**LUTA CONTRA O CÂNCER DE MAMA NÃO PODE PARAR**

**FABIANA MASCARENHAS**  
O mês em que se comemora a maior campanha mundial contra o câncer de mama – o Outubro Rosa – terminou ontem, mas para muitas pessoas a batalha contra a doença continua. Para outras tantas, a luta está só iniciando, já que, a cada dia, cerca de 170 mulheres recebem o diagnóstico da enfermidade no Brasil. O câncer de mama é o segundo tipo mais frequente no mundo e o mais comum entre

terapia, dependendo da complexidade, pode chegar a R\$ 15 mil. “Uma pessoa pode ter que desembolsar cerca de R\$ 1.500 só para ter acesso a um simples diagnóstico”, diz

**Dona Vera não sabe dizer quanto gastou no total, mas lembra que, pela biópsia, pagou R\$ 1.110. “Sei que o tratamento é disponibilizado pelo SUS (Sistema Único de Saúde), mas pode ser algo muito demorado e tinha receio de o câncer avançar em pouco tempo”, diz.**

**“Tenho muito medo de vir a ter a doença, mas faço todos os**

**Lei dos 60 Dias prevê início do tratamento em até dois meses**

Desde 2012, o Brasil conta a Lei 12.732, conhecida como Lei dos 60 Dias, que prevê o início do tratamento do câncer em até dois meses após o diagnóstico. Mas a metade dos participantes da pesquisa (56%) menciona pelo menos alguma falha no funcionamento implementada com eficiência. Mais da metade dos participantes da pesquisa (56%) menciona pelo menos alguma falha no funcionamento

tério da Saúde (MS) informo que tem atuado na expansão e melhoria da qualidade de serviços, bem como no monitoramento do acesso ao tri

Vera enfrentou um ano e meio, entre diagnóstico, cirurgia e tratamento

**Dona Vera não sabe dizer quanto gastou no total, mas lembra que, pela biópsia, pagou R\$ 1.110. “Sei que o tratamento é disponibilizado pelo SUS (Sistema Único de Saúde), mas pode ser algo muito demorado e tinha receio de o câncer avançar em pouco tempo”, diz.**

Fonte: da Mônica / Ag. A TSM

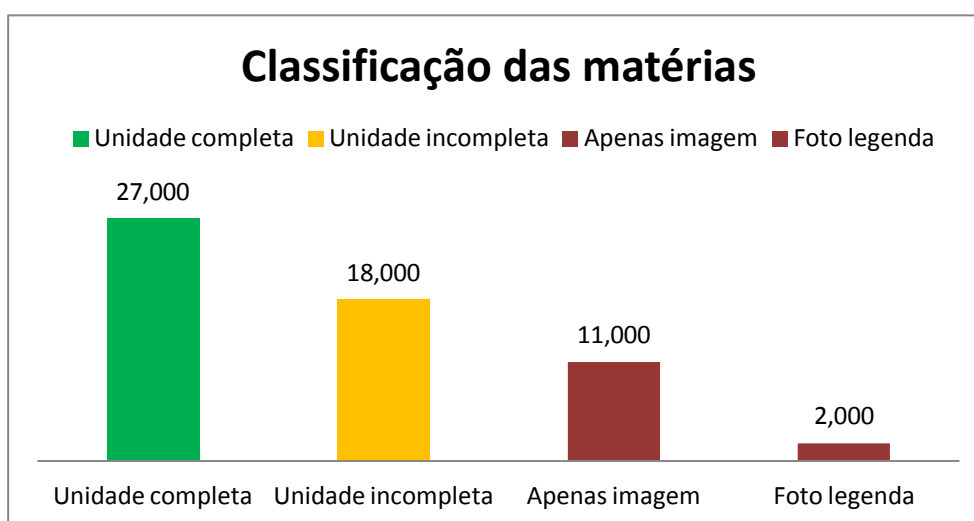
Figura 8 – Matéria “Luta Contra Câncer de Mama não pode parar”, publicada no dia 01 de novembro de 2014

Ainda com o problema na construção do discurso, essa matéria é exceção tratando-se da hierarquia das fontes. Do *corpus* analisado, em 40% dos casos, a MP aparece como fonte secundária, nas últimas linhas da matéria ou reportagem. A sua presença é apenas utilizada para contextualizar, comentar ou complementar a matéria jornalística, produzida a partir de uma fonte primária, que no caso desta pesquisa, é em maioria homens, sendo 73% do total. A ausência dessas mulheres também ocorre e representa 19% do material analisado.

Identificá-las como fontes secundárias implica dizer que suas aspas são utilizadas para sedimentar uma premissa do repórter (Lage, 2001, p. 66). Sua

posição é, quase sempre, de fornecedora de uma informação, apenas por ser questionada. Foram poucos os casos em que a posição da MP e seu reconhecimento como especialista de uma área ou detentora de um conhecimento a levou a posição de fonte primária.

Para entender melhor como ocorre à construção do acontecimento em torno da MP e a sua representação, estabelecemos três critérios de classificação das matérias. Verón classifica como uma unidade o texto e foto vinculados, portanto, para fins analíticos estabelecemos os seguintes itens: **unidade completa**, que são matérias em que a MP é fonte ou personagem e tem sua imagem apresentada; **unidade incompleta**, que são matérias com a presença da MP como fonte, mas sem referência de imagem; **apenas imagem**, conteúdos que utilizam a imagem da MP, mas sem citação ou qualquer menção no texto; por fim temos as **fotos legendas**, conteúdos que têm apenas imagem e uma legenda ilustrativa.



**Gráfico 1 - Índices das classificações das matérias em A Tarde**

Em 44% do conteúdo analisado, a MP aparece como fonte e tem sua imagem apresentada e articulada, permitindo que o leitor identifique os indivíduos que contribuíram para o material jornalístico com alguma informação. Mas são notáveis as divergências entre as aspas que compõem as matérias, as legendas das fotos e os títulos. Em mais de um caso, para ser mais específica em 27% deles, a legenda

de alguma forma deslegitima a fonte, seja por não identificar claramente o nome, ocultar algum cargo ou função, ou por simplesmente inexistir qualquer legenda. Em uma entrevista com a escritora, poetiza e cantora angolana, Isabel Ferreira, publicada após o evento Flink Sampa, o título e o chapéu chamam atenção.

ENTREVISTA Isabel Ferreira, escritora

## ANGOLANA LANÇA LIVRO DE POEMAS NO RECÔNCAVO

Figura 9 – Recorte de A Tarde que mostra discordância entre texto, foto e título, de 25 de novembro de 2014, página 3.

No chapéu, é apresentado apenas um dos status profissionais de Isabel Ferreira, ainda que no corpo da entrevista as outras atividades da artista como poeta, cantora e romancista apareçam em destaque e com detalhes de cada trabalho. Ao ler o chapéu, pensa o leitor tratar-se apenas de uma escritora. A identificação como “Angolana” (PARANHOS, 25/11/2014, p.3) no título também oculta a importância de Isabel e faz surgir no leitor desconhecido à pergunta: “que angolana?”. Essas dissonâncias entre parte do produto jornalístico é fruto da lógica de construção do acontecimento.

Já mencionamos neste trabalho que a construção do acontecimento ocorre através das mãos e pensamentos de vários atores. Temos no último exemplo uma constatação. Nesta etapa da produção, primeiro encontramos o repórter que elabora a pauta da entrevista, as perguntas e a conduz uma vez frente a frente com a entrevistada. O outro ator, o editor, é responsável por contribuir com um título e um chapéu que atraia o leitor para o conteúdo e quem sabe render uma chamada de capa. Em essência, tanto o repórter, quanto editor trabalham com um único objetivo, mas na prática a intenção e as escolhas de cada profissional podem ser diferentes, por isso temos abordagens diferenciadas.

No segundo item da classificação, elencamos as matérias em que há fontes negras, mas elas não aparecem em qualquer imagem. No *corpus* elas representam 29% do total, nesta amostra estão às matérias em que as fotos em sua maioria são de um plano geral, com ângulo bem aberto ou estão em destaque outros

personagens. No exemplo abaixo temos um desses casos, com duas construções recorrentes. Na matéria “Celebração marca o dia das baianas de Acarajé na capital” (OLIVEIRA, 26/11/2014, P. A5), publicada no dia 26 de novembro de 2014 (ver Figura 10), a fonte negra não está na imagem da matéria ou em uma foto legenda, essa última uma estratégia muito comum em A Tarde para destacar especialista ou fontes importantes. No entanto, temos uma mulher negra na foto principal, mas embora ela esteja em destaque no primeiro plano, com o fundo desfocado, ela não é identificada na legenda. Esses parecem ser procedimentos recorrentes no jornal. A ausência de identificação nas fotos é sensível, ainda mais comum com mulheres pretas.

**PELOURINHO** Festa tradicional foi cancelada por falta de verba. Associação de classe lembrou demandas pendentes

## Celebração marca o Dia das Baianas de Acarajé na capital



A Igreja do Rosário dos Pretos ficou lotada para o culto

**MEIRE OLIVEIRA**

Apenas uma missa marcou, ontem, o Dia das Baianas de Acarajé, antes acostumadas a uma série de atividades ao longo do dia em sua homenagem. A celebração ocorreu, pela manhã, na Igreja de N. Sra. do Rosário dos Pretos.

Decreto que restringe despesas no serviço público até o final da atual gestão – publicado no Diário Oficial do Estado no mês passado – seria o motivo do cancelamento da festa, segundo a presidente da Associação das Baianas de Acarajé (Abam), Rita Santos.

“Mandamos ofício para várias secretarias, mas a resposta foi que não havia verba. A festa das baianas não é um gasto novo, é uma tradição. Sempre depois vamos ao almoço na sede do memorial e passamos o dia em atividades culturais”, contou.

“Entendemos a importância das baianas para o turismo baiano, mas não tivemos recursos este ano. A expectativa é que, em 2014, possamos rea-



Usando trajes e adereços típicos, as quituteiras chamaram a atenção de baianos e turistas no largo do Pelourinho

**Figura 10 – Matéria em que a mulher preta não é identificada na foto, publicada no dia 26 de novembro de 2014**

final da atual gestão – publicado no Diário Oficial do Estado no mês passado – seria o motivo do cancelamento da festa, segundo a presidente da Associação das Baianas de Acarajé (Abam), Rita Santos.

**Figura 11 – Detalhe da citação da matéria**



Na terceira classificação, estão os conteúdos sem fontes ou personagens pretas, mas que utilizam a imagem da mulher sem referência no texto. As imagens sempre contam com recursos de edição que não as permitem ser identificadas claramente. O tocante nas matérias encontradas sob esta classificação é que, embora elas só apareçam na imagem e não exista qualquer informação sobre elas no texto, os temas abordados dizem respeito também a MP, inclusive, tratam em grande parte sobre a violência contra essa mulher, como estupro e assédios.

O exemplo mais evidente desta operação é a matéria “Brasil registra em 2015 mais de cinco estupros por hora” (AGÊNCIA BRASIL, 04/11/2016, p A7), publicada no dia 4 de novembro de 2016 (ver Figura 12), que apresenta resultados de um levantamento sobre os estados do país com expressivos números de estupros registrados, tendo como foto ilustrativa a imagem de uma MP em posição de lamentação: mãos fechadas e apoiadas na testa, com as maçãs do rosto contraídas.

**ANUÁRIO**

## Brasil registra em 2015 mais de cinco estupros por hora

**AGÊNCIA BRASIL**  
São Paulo

Mais de cinco pessoas são estupradas por hora no Brasil, mostra o 10º Anuário Brasileiro de Segurança Pública, produzido pelo Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP), divulgado ontem. O país registrou, em 2015, 45.460 casos de estupro, sendo 24% deles nas capitais e no Distrito Federal.

Apesar de o número representar uma retração de 4.978 casos em relação ao ano anterior, com queda de 9,9%, o FBSP mostrou que não é possível afirmar que realmente houve redução do número de estupros no Brasil, já que a subnotificação desse tipo de crime é extremamente alta.

“O crime de estupro é aquele que apresenta a maior taxa de subnotifica-

**SP CONCENTRA MAIOR NÚMERO DE CASOS**

O estado com o maior número de casos foi São Paulo, que responde por 20,4% dos estupros no país, com 9.265 casos. Mas o número representa uma redução de 761 casos (7,6%) em relação ao ano anterior, quando foram registrados 10.026 casos

**Roraima foi o estado com o menor número de estupros registrados, 180 casos**



Juca Varela/ Fotos Públicas/ 5.9.2014

Estudos internacionais apontam que apenas 35% das vítimas vão prestar queixa

Figura 12-Detalhe da matéria "Brasil registra em 2015 mais de cinco estupros por hora", publicada no dia 04 de novembro de 2016.

A escolha da foto não foi aleatória, já é do conhecimento público que as mulheres negras são mais vítimas de violência que as mulheres brancas. Dados do mapa da violência de 2015 revelam um aumento de 54% nos homicídios de mulheres negras entre 2003 a 2013. Portanto a imagem tem um ponto referencial, no entanto, isso não está explícito no texto, inclusive não existe nenhuma indicação

de dados divididos por grupos sociais. Se pensarmos que o sentido de um texto está além do que está explícito nas linhas, a utilização da imagem e o silenciamento textual nos trazem uma informação, que não é fixa, mas indica como se opera os discursos sobre determinado tema.

A ausência de referências em um texto é sempre um elemento extradiscursivo, Verón discorre que esses elementos dizem respeito às dimensões fundamentais como econômica, política e sociedade. Por isso, em uma leitura rápida, essa restrição nos remete a uma ausência maior no campo social. Temos, então, uma pequena mostra de um processo de funcionamento da sociedade que não reconhece os atos de violência contra mulheres pretas. Não queremos dizer aqui que o jornal ou o repórter foram levianos ao não apresentarem dados específicos da mulher preta, embora se utilizem da imagem dela. O que queremos dizer é que a construção da notícia e o modo como é apresentada conversa diretamente com um conjunto de regras e comportamentos sociais, em que claramente a negra está silenciada. Um acontecimento não pode ser compreendido sem levar em consideração o modo como são compartilhadas as informações entre os indivíduos.

Durante a análise, foram registradas apenas duas fotos legendadas relacionadas à MP, ambas sobre eventos de religiões de matriz africana (candomblé, umbanda e quimbanda). Essa associação é, inclusive, um elemento que saltam os olhos até do leitor mais inocente. O lugar da mulher negra é para A Tarde nas religiões de matriz africana, em 30% das matérias esse foi o tema mais abordado. Babalorixás, Mães de Santo ou apenas “adeptas” (CARVALHO, 12/11/2015, p. A4) da religião, todas em algum momento ocuparam as páginas do jornal, seja para comemorar um feito ou para denunciar os atos de preconceito.

Vamos direcionar nosso olhar para o modo como uma das funções dessa mulher é denominada. Em grande parte das matérias as candomblecistas ou umbandistas são sempre “adeptas”. Esse termo carrega uma assepsia forte, é como se fosse agressivo identificar diretamente os indivíduos que se reconhecem nessas religiões. Não é visto com facilidade um cristão ou evangélico ser denominado como “adepto do cristianismo” ou “adepto do evangelho”, apenas isso já gera uma enorme



reflexão. Isso pode ir além se consideramos o significado do termo no dicionário: “pessoa que está iniciada nos fins a que tende uma seita ou doutrina, ou nos segredos de uma ciência”<sup>12</sup>.

Assim, ser uma adepta é ser uma partidária, seguidora da religião. A escolha desse termo carrega em si um preconceito ideológico, para as religiões socialmente aceitas cabe à identificação direta, para as religiões de matriz africana cabe uma denominação que em seu significado ressalta a existência de uma “seita” ou “doutrina”, distanciamento que é quase invisível para religiões como o cristianismo.

A construção do espaço pautado na religião não será nunca um ponto negativo para as mulheres com a pele preta. Já que esse é um dos principais referenciais para o desenvolvimento enquanto indivíduos e para a representatividade. Mas essa construção será mais efetiva quando a representação desse lugar não vier carregada de prejulgamentos e alegorias. Já mostramos neste trabalho que inicialmente essas religiões eram representadas no periódico sobre forte viés racista e preconceituoso, e, obviamente, depois de mais de um século é notável uma evolução. Mas a frequência com que a religião é associada a MP relevou ainda alguns traços sobre a dificuldade dessas religiões existirem em nosso meio social.

A identificação das mulheres como “adeptas” ou dos terreiros como “comunidades” mostram que apesar da recorrência do tema nas páginas do jornal, nem todas as questões sobre racismo ou preconceito foram equacionadas. O jornal embora aparentemente aberto, mostra sua relação de afinidade com a classe média da capital que, em parte, compreende o simbolismo das religiões de matriz africanas, mas negligência sua importância enquanto campo religioso.



**Adeptos do candomblé se reúnem antes de dar início à amarração dos ojas no Dique, Vitória e Campo Grande**

**Figura 13 - Exemplo da utilização do termo “adeptos” em matéria publicada no dia 20 de novembro de 2015, p. A6**

<sup>12</sup> "adepta", in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2013, <https://www.priberam.pt/dlpo/adepta> [consultado em 12-07-2017].

A associação com a religião nos leva ao segundo modo de existir da MP em A Tarde: a representação da mulher guerreira e forte. Isso porque essa segunda imagem está, também, alicerçada em uma representação feita em 1967 por Ruth Landes, em seu livro “A Cidade das Mulheres”, que trata do universo do candomblé, discute o papel de liderança ocupado pelas mulheres pretas e a presença marcante do homossexual masculino nos rituais.

Landes retratou a vida dos candomblés baianos do final da década de 1930 e mostrou o papel de destaque das mulheres negras dentro dos terreiros e a posição de comando também fora deles. Só que esse papel de poder ou superioridade feminina é apresentado a partir da masculinização, de uma ideia de força, quase muscular das mães de santo.

Nota-se que a compreensão do papel da MP parte da percepção de uma força física, de uma aproximação com referência à guerra (“guerreiras”). Essa construção nega os sentimentos dessa mulher, que como qualquer outro ser é formado de inconstâncias e também legitima as brutalidades sociais submetidas a elas. A lógica de pensamento é simples, já que são fortes, são capazes de ocupar trabalhos com cargas excessivas de trabalho, entre outros.

As matérias analisadas mostram a força de superação dessa mulher, mas sempre negando o seu espaço feminino. A construção da imagem de guerreiras e fortes acontece relacionada a histórias de abandono amoroso, precariedade da condição financeira e da escolaridade incompleta ou em curso. São recursos de comunicação a exemplificação do caminhar dessas mulheres, mostrando desde o trabalho infantil — “Desde os 12 anos a cantora... já se apresentava nas noites de São Paulo” (MATOS, 11/11/2014, p.4); ao acúmulo de funções profissionais, até o sustento da família — “Com cursos de enfermagem e patologia clínica, a mãe de Luiz Ramon, de 17 anos, separou-se do marido há cinco anos, mantendo a família e sustentando a casa desde então” (SOUZA, 01/11/2014, p. B4). Seja qual for o percurso linguístico, teremos sempre a força de superação. O mesmo não acontece com mulheres brancas, isso evidencia a disparidade entre elas e a desigualdade de condições que acomete a mulher preta.

### Capacitação

A história da estudante de Fisioterapeuta Carla Abdon, de 36 anos, reflete os avanços obtidos pelas mulheres baianas na participação da economia – mesmo que ainda considerados tímidos, no comparativo com a média de rendimento dos homens.

Carla começou a trabalhar há 14 anos com encomendas de buffet, mas sempre está apostando na capacitação, visando uma melhor colocação no mercado de trabalho, para aumentar o rendimento da família.

Com cursos de enfermagem e patologia clínica, a mãe de Luiz Ramon, de 17 anos, separou-se do marido há cinco anos, mantendo a família e sustentando a casa desde então.

**Figura 15 – Destaque da matéria “Mulheres lideram 39,5% dos lares baianos”, publicada no dia 01 de novembro de 2014, p. B4**

Desde os 12 anos a cantora Vanessa Jackson já se apresentava nas noites de São Paulo. Vinda de uma família de músicos, começou sua história na música ainda pequena. Hoje, após 23 anos de palco, ela dá vida e encanto a Whitney Houston em um musical recheado dos grandes sucessos da norte-americana.

**Figura 14 – Destaque da matéria “Vanessa Jackson apresenta tributo a Whitney Houston”, publicada no dia 11 de novembro de 2016, p. 4**

O lugar de lutadora só deixa de ser explorado como fato noticioso na editoria de cultura, conhecida como Caderno 2. Relacionadas a assuntos sobre moda, atuação e música, a MP tem seus trabalhos exaltados como exceções no meio cultural. É notável a construção dessas mulheres como referências artísticas. Vale ressaltar, no entanto, que estamos falando de mulheres com visibilidade e que circulam o meio artístico, e que por isso, o tratamento a elas tende a ser diferenciado.

O protagonismo das artistas pretas fica evidente através de expressões como “Atriz reconhecida pelo talento” (UZÊDA, 25/11/2016, p. 6) ou “Ela se destaca pela voz marcante” (MATOS, 11/11/2016, p. 4). O exercício linguístico é sempre mostrar que elas gozam de um reconhecimento social que as validam como diferenciadas no universo das artes. O mesmo não acontece em outras editorias do jornal, além do que já apresentamos aqui, a MP pouco ocupa espaço nas colunas. Além da ialorixá Mãe Stella de Oxossi que tem uma coluna semanal no impresso, não há nenhuma outra coluna fixa dedicada a uma mulher preta. O que acontece, sempre no mês de novembro, é uma exceção concedida a Carla Akotirene Santos, mestra em estudos sobre mulheres, gênero e feminismo pela UFBA e consultora em políticas públicas,

que comenta sobre diversos assuntos relacionados à MP em quatro colunas publicadas ao longo do mês da consciência negra.

A presença da MP foi significativa durante as três primeiras semanas do mês. Após esse período e passado o dia da consciência negra, a frequência das publicações diminuiu, chegando a ter três dias consecutivos sem publicações relacionadas às mulheres pretas. Outro elemento que merece destaque é a sistemática ausência das mulheres na capa do A Tarde. Das 84 edições analisadas, em apenas seis as mulheres estiveram na capa. No gráfico abaixo fica evidente a disparidade entre a quantidade de publicações e a quantidade de capas.

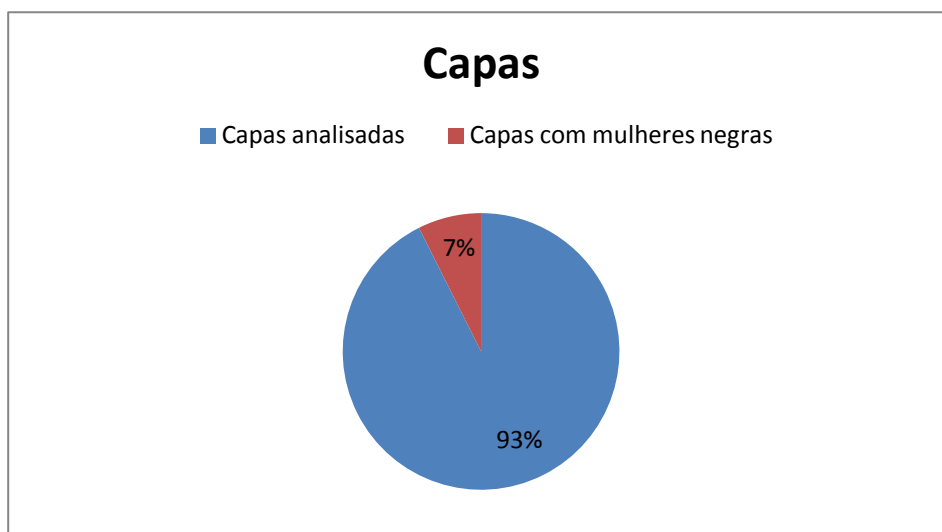


Gráfico 2 - Comparativo das capas analisadas e as que tiveram a imagens da mulher preta

### 5.1.1 O Colorismo das fontes e personagens em A Tarde!

Por fim, levando em consideração todas as imagens analisadas, é necessário discorrer sobre o colorismo ou pigmentocracia das fontes que tiveram suas imagens apresentadas, bem como o tratamento dessas imagens. A partir das 38 fotos analisadas foi possível notar que quanto mais retintas (cor intensa da pele) as mulheres, mais invisíveis elas foram no conteúdo jornalístico. Seja porque não tinham uma legenda ou porque não tinham uma denominação, fato é que as imagens das mulheres pretas que estão impressas no jornal A Tarde são das

mulheres com o tom de pele mais claro, isso ao natural ou um efeito conquistado através do tratamento da imagem.



**Figura 16 - Colorimetria da pele negra nas publicações do jornal A Tarde**

O termo colorismo ou pigmentocracia, segundo Harris (2008), surge para fazer uma distinção entre os afrodescendentes radicados na América, a fim de delimitar os vários tons de pele, que vão dos tons mais negros até a palidez que se aproxima da brancura. Atualmente o termo traz consigo um valor hierárquico, sendo os indivíduos de pele clara, mais valorizados, e com privilégios sociais, políticos e econômicos. Logo, temos as mulheres pretas de tons mais claros dispendo de privilégios que são proporcionais à proximidade da branquitude de suas peles.

Esses elementos levantam muitas discussões e a maior delas é o fluxo de representação que se instaura. Uma vez que a mulher preta vê nos meios de comunicação à imagem de outra mulher com quem não partilha as mesmas características, é possível que a primeira busque se aproximar dessa referência para conquistar um suposto “mesmo espaço social”. Essa falta de representatividade permite que essas mulheres pretas se distanciem da sua identidade.

[...] Muitas pessoas que eram claras o suficiente para se passar por pessoas brancas o fizeram. Com os cabelos lisos e traços finos, elas simplesmente **deixaram suas identidades "negras" para trás, mudaram-se para a sociedade branca** [grifo da autora] e tornaram-se "brancos". Alguns negros fizeram esse movimento por razões financeiras. (HARRYS, 2008, p. 2. Tradução nossa).

Outro elemento importante nas fotos é o embelezamento da imagem a partir de técnicas fotográficas como a iluminação e o contraste, o que compreendemos nesta pesquisa como fotocenia. Em grande parte da imagem a iluminação é explorada a

tal ponto que a pele das fontes alcança um tom diferente do real, isso é possível notar comparando com outros pontos da imagem. O contraste é ainda mais evidente nas imagens feitas em estúdio.

Já mencionamos neste trabalho que esse processo também diz respeito a uma construção de sentido, uma significação a partir da imagem. A negação da cor das mulheres cria um ideal de representação distante do real e expõe o preconceito diante das peles mais pretas. O discurso dessas pessoas é silenciado uma vez que elas não ganham as páginas dos jornais ou ganham com suas características suavizadas.

## 6 Um novo concorrente: o jornal Massa!

O lançamento do jornal Massa! ocorreu em 18 de outubro de 2010, mas para entender a conjuntura deste momento precisamos retroceder dois anos, quando o Correio\*, então concorrente direto do A Tarde, implementa uma reformulação gráfica e editorial, abandonando seu formato *standart* para apostar no formato *berliner*. O Correio\* ajusta seus conteúdos, menores que o modelo anterior e investe em imagens que chegam a ocupar 60% das capas e matérias principais. O que antes era Correio da Bahia passa a se denominar apenas como Correio\*, uma palavra acompanhada de um asterisco em vermelho, seguida da frase “O que a Bahia quer saber”, com a palavra “Bahia” também destacada em vermelho.

As novidades são muitas e vão desde o sinal gráfico, comuns em marcas contemporâneas a exemplo da Yahoo!, até a organização do conteúdo e da redação. Na época o então diretor executivo do Correio\*, que coordenou o processo de mudança, afirmava ser o objetivo do veículo “ter um jornal cada vez com mais qualidade e mais diversificado para atender a todos os tipos de leitores e suas necessidades” (REDAÇÃO CORREIO\*, 27/08/2009). Apesar da grande mudança visual, é importante destacar que, embora não tenha sido explorado nas publicações acerca da reformulação, o Correio\* passou a mirar em um novo público. A exemplificação desse movimento foi à mudança no valor pago para uma compra avulsa do jornal, que passou a ser de R\$0,50.

Todo esse processo causou um impacto direto nas vendas, que aumentaram significativamente. Só no primeiro ano o Correio\* registrou um aumento de quase 200% no número de exemplares vendidos (REDAÇÃO CORREIO\*, 2009). Dois anos após a reformulação, em 2010, o jornal tornou-se o mais lido no nordeste, segundo o Instituto Verificador de Circulação (IVC). É exatamente neste mesmo período que A Tarde estrutura o lançamento do Massa!, um jornal que iria competir diretamente com o Correio\*, que tinha acabado de alcançar uma nova camada da população.

A estratégia do Grupo A Tarde foi manter sua posição tradicional e formular um novo enunciador que pudesse competir em pé de igualdade com o seu

concorrente direto. Nesse sentido, o Massa! buscou desde o início projetar como o seu leitor a população das classes C e D, sem poder aquisitivo para comprar A Tarde, no valor de R\$ 2,00.

[...] A Bahia começa conhecer o Massa!, novo jornal do Grupo A TARDE que chega para oferecer notícias e informação de entretenimento e serviço às classes C e D. O novo produto, que é o primeiro jornal popular da Bahia, aposta na linguagem coloquial, mas nem por isso menos informativa. O Massa! mostrará mais da rotina nos bairros populares de Salvador, refletindo a sua diversidade cultural. (RAMOS, 2010, p. A5.)

O Massa! tem veiculação em mais municípios que seu companheiro de grupo. Atualmente, o jornal circula em 29 municípios do estado da Bahia, além de Salvador e região metropolitana<sup>13</sup>. Apenas na capital são mais de 345 mil leitores mensais<sup>14</sup>.

O Massa! acompanha uma proposta gráfica semelhante ao Correio\*, só que no lugar do asterisco temos uma exclamação. A cor vermelha é predominante no logotipo, que é acompanhado da frase “Feito do seu jeito”. O conteúdo é distribuído em várias sessões nas 15 editorias que ocupam as 24 páginas do jornal. A linguagem coloquial, compartilhada nas favelas e bairros populares de Salvador, e a busca por interação com o público são os pontos mais relevantes do jornal, que busca a todo custo uma cumplicidade com o leitor. Cada editoria tem uma sessão aberta ao público para que mandem um conteúdo e tenham sua imagem publicada. São exemplo às sessões “Deixa com a gente!” e “Salve, Salvador”.

---

<sup>13</sup> Dados Ibope easymedia, grande Salvador, fev/14 a mar/15 – Leitores dos últimos 30 dias jornal Massa!

<sup>14</sup> Dados Ibope easymedia, grande Salvador, fev/14 a mar/15 – Leitores dos últimos 30 dias jornal Massa!



## 6.1 A mulher preta no discurso do enunciador Massa!

A partir das editorias é possível compreender o posicionamento discursivo do jornal Massa!, estabelecido a fim de fidelizar seu leitor e criar um hábito de leitura. A primeira e mais importante editoria do jornal é intitulada como Notícia do Dia!, onde estão as matérias que foram destaque na capa, grande parte delas tratam sobre crimes, temas inusitados e polêmicas. É dessa editoria que saem as matérias de grande repercussão e sobre temas que serão posteriormente “acompanhados” por outras editorias. Das 152 matérias do *corpus* foi frequente as atualizações de alguns casos que ainda não tinham um desfecho que pudesse ser apresentado na primeira edição publicada a respeito. Abaixo, segue tabela no qual estão elencadas todas as editorias e a quantidade de matérias que contam com fontes, personagens ou apenas a imagem da mulher preta.

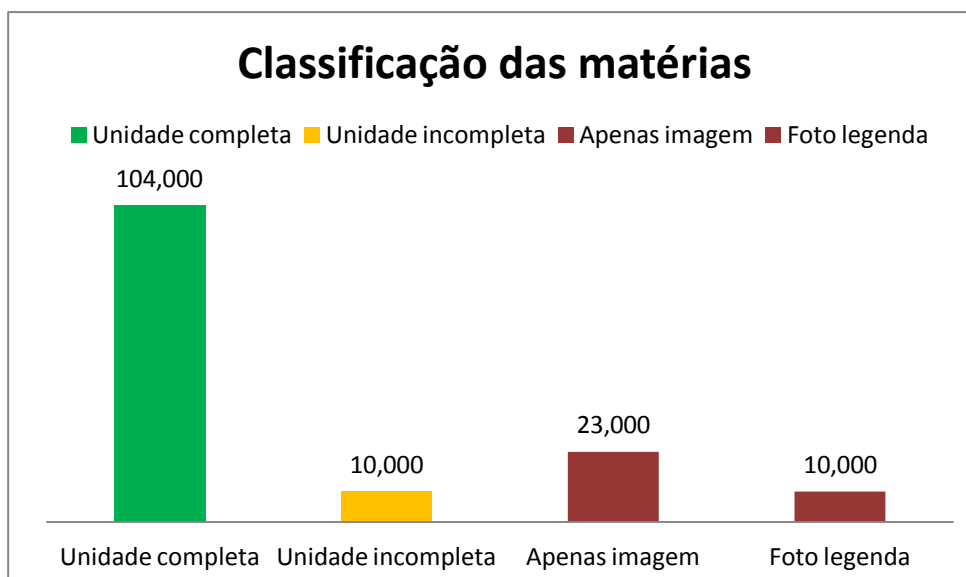
<b>Negras nas Editorias</b>			
<b>Editorias</b>	<b>Nov/ 2014</b>	<b>Nov/ 2015</b>	<b>Nov/ 2016</b>
<b>Notícia do Dia</b>	13	7	3
<b>Polícia</b>	21	5	10
<b>Educação</b>	-	-	-
<b>Economia Popular</b>	8	2	3
<b>Geral</b>	4	3	-
<b>Nosso País</b>	-	-	-
<b>Viver Bem</b>	2	3	2
<b>Massa!</b>	5	9	6
<b>É Pra Curtir</b>	-	-	-
<b>Massa Famoso</b>	-	4	1
<b>Social Massa</b>	9	2	-
<b>Esporte Massa</b>	1	-	-
<b>Nas Ruas!</b>	10	9	4
<b>Seu Bairro</b>	2	4	-

Tabela 4- Quantitativos de matérias publicadas no Massa! por editoria

Entre as matérias analisadas que tiveram a presença da MP, apenas 15% delas estavam na editoria Notícia do Dia!. Mas ao contrário da lógica desta editoria que sempre apresenta a notícia de maior destaque na capa, apenas 19% das matérias que tinham como fonte ou personagem a MP estiveram na capa, isso significa dizer que 81% das matérias que também tinham como fonte a MP nesta editoria não estiveram na capa, embora tenham sido a matéria principal. Esse movimento em um jornal que se intitula como popular e direcionado para um público de uma classe predominantemente preta, revela a estrutura de silenciamento na questão de gênero e etnia, mesmo quando se tem um produto direcionado a esse público.

Essa distinção em relação à mulher preta é uma oportunidade para mostrarmos a construção do acontecimento em torno da MP e a sua representação no Massa!, a partir dos três critérios de classificação das matérias que já apresentamos aqui. Nas edições consideradas, encontramos um número maior de matérias se compararmos com o material analisado em A Tarde, o corpus do jornal Massa! representou um aumento de 162%, obedecendo os mesmos critérios de seleção. Em média, em cada edição do Massa! tivemos três matérias por dia, apenas em dois dias de 2015 não foram encontradas citações.

O critério com maior número de conteúdo relacionado à MP foi o de **unidades completas**, que são matérias em que a MP é fonte ou personagem e tem sua imagem apresentada; elas representaram 68% do material analisado. Entre as **unidades incompletas**, que têm a presença da MP como fonte, mas sem referência de imagem; tivemos apenas 6%. Já no critério “**apenas imagem**” em apenas 15% das matérias tiveram conteúdos que utilizam a imagem da MP, mas sem citação ou qualquer menção no texto; As **fotos legendas**, conteúdos que têm apenas imagem e uma legenda ilustrativa, representaram apenas 6% do total.



**Gráfico 3 - Índices das classificações das matérias no Massa!**

Entre as 152 matérias analisadas, a presença discursiva e imagética da MP foi facilmente notada. A exposição da imagem ocorre em todas as editorias, seja com fotos em plano geral ou apenas um retrato. Foram poucos os conteúdos em que a imagem das fontes envolvidas não foi explorada. Esse é um exemplo do posicionamento discursivo do Massa! que utiliza essa estratégia para reforçar sua marca em relação ao concorrente. A frase “Feito do seu jeito” se expressa na utilização da imagem dos leitores.

A editoria com o maior número de mulheres pretas nas matérias foi a de Polícia, com 23% do total. O nome da editoria dispensa apresentações, mas é interessante revelar que nesta editoria estão às matérias com maior repercussão e que tem a maior quantidade de páginas, três no total. Também é importante destacar que a presença dessa mulher neste espaço ocorre em duas principais posições: como suposta autora de um crime ou infração e como parente de primeiro grau de uma vítima.

Neste contexto ressaltamos a construção discursiva a partir da presunção de culpa dos crimes apresentados. Principalmente nos títulos e chapéus, as mulheres já são identificadas como “ladras” ou com uma descrição detalhada do ato de violência.

Na nota “Ladra foge e deixa RG para trás”, publicada na edição do dia 27 de novembro de 2014, a suspeita de roubar um carro é primeiramente identificada como ladra, denominação dada a um indivíduo que já passou por um processo judicial em que sua culpa foi reconhecida. Mas a suspeita Érica Andréia Brito, de 22 anos, ainda não tinha sido julgada ou sequer foi apresentado um antecedente criminal que indicasse a reincidência em atos criminosos. Embora seja a única suspeita identificada, a mulher não teria realizado o roubo sozinha, ao final da nota é apresentada a informação de que ela teria agido na companhia de quatro homens, não identificados.

Apesar do termo “suspeita” até aparecer no lead, o processo de compreensão do leitor já ocorreu ao ler o título e a partir de então já foi possível sedimentar um primeiro julgamento sobre a suspeita. Essa é uma estratégia muito comum nos jornais populares, que redimensionam um fato para que ele extrapole o real e assim chame a atenção do leitor.

A presunção da culpa construída no Massa! parte, inicialmente, da interpretação dos vários estigmas sociais presentes nos indivíduos envolvidos e não necessariamente dos elementos que caracterizam o crime. É por esse motivo que alguns detalhes do ato criminoso não são expostos, como no caso apresentado, questões sobre como ocorreu à abordagem a vítima ou em que momento a identidade de Érica Santiago foi encontrada, não ganham espaço. A operação é simples, não é necessário munir o leitor de informações para que ele entenda o caso quando já se tem uma culpada para o crime. Esse movimento traz uma sensação de dever cumprido e dá um final ao caso, ao menos para o leitor.

Essa construção do acontecimento é muito comum quando a leitura do fato é feita a partir somente dos estigmas sociais e físicos dos suspeitos. Não estamos aqui apontando uma inocência, mas ressaltando que a falta de descrição do crime permite que a interpretação da notícia ocorra a partir da localização dos suspeitos em um determinado grupo social: pretos, marginalizados e criminosos.

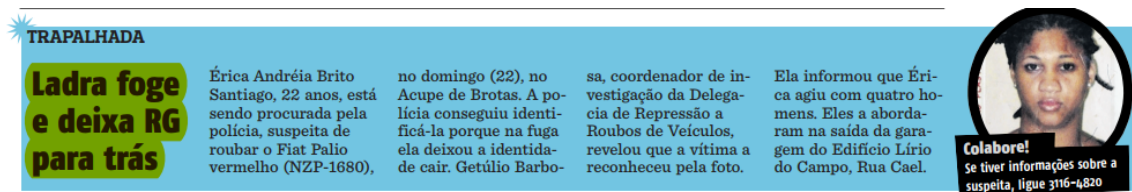


Figura 17 - Nota “Ladra foge e deixa RG para trás”, publicada no dia 27 de novembro de 2014

Ainda relacionada aos crimes, além da presunção de culpa, nos crimes em que esteve presente a imagem da mulher preta, foi comum encontrar a construção discursiva para representar a frieza e crueldade no ato dos crimes. Na matéria “Não era para ter sido dessa forma, mas aconteceu”, publicada no dia 26 de novembro de 2014, o assassinato do belga Louis Marot pela sua esposa Elaine Marot, ganham detalhes e a remontagem do ato já na capa. A matéria que foi publicada na editoria de Notícia do Dia! ganhou uma capa completa, incomum para a rotina do jornal que, além do destaque, traz outras informações relevantes.

Na capa, já temos a operação comum de culpabilidade ao utilizar o termo “Mulher mete a faca”, mas é o chapéu que chama atenção. O jornal propõe um percurso interpretativo que primeiro apresenta uma ação “Mulher mete a faca no Marido”, seguida de uma situação e por fim apresenta os detalhes do crime “Elaine dopou e matou Louis enquanto ele dormia”. A ordem do discurso ressalta uma suposta premeditação do crime, mostrando todas as atitudes da esposa, sem qualquer esforço para apresentar as circunstâncias do crime. É só em uma legenda bem pequena no canto esquerdo que as aspas da mulher é apresentada.

Essa tentativa do veículo em remontar as cenas do crime, tem apenas uma finalidade, construir uma história linear, com roteiro e personagens para justificar o discurso apresentado. A partir das informações da apuração os atores que produzem a matéria recriam o acontecimento a partir de apenas duas indagações: como? e por quê?, realçando alguns elementos para mostrar ao seu leitor um acontecimento com começo, meio e fim, além da identificação da vítima e da culpada.

Assim, a compreensão do fato se encerra naquela matéria. Essa construção encontra outro elemento que complementa a compreensão do leitor que são as representações sociais. Essa história linear é também escrita a partir das representações que são compartilhadas entre o sujeito-alvo e o jornal. As representações permitem que um fato seja significando ou resignificando alicerçado às influências do processo de comunicação.

Nesse modo de recriar o acontecimento, merece atenção o realce feito em alguns detalhes para que a notícia ganhe a imagem de grande notícia. Essa operação é muito denominada como sensacionalismo, quando a informação ganha aspectos mais radicais, superdimensionado, para atrair leitor e conseqüentemente vender mais.

[...] Sensacionalismo é tornar sensacional um fato jornalístico que, em outras circunstâncias editoriais não mereceria esse tratamento. Como o adjetivo indica, trata-se de sensacionalizar aquilo que não é necessariamente sensacional, utilizando-se, para isso de um tom escandaloso, espalhafatoso. Sensacionalismo é a produção de um noticiário que extrapola o real, que superdimensiona o fato. (ANGRIMANI, 1995, p. 16).



Figura 18 - Capa da edição do dia 26 de novembro de 2014



Figura 19 - Detalhe da capa do dia 26 de novembro de 2014

Outra posição recorrente para a mulher preta na editoria de polícia é como parente em primeiro grau de uma vítima, em alguns casos também MP. A estratégia linguística é sempre evidenciar a dor dessas mulheres diante das situações de violências que não tiveram soluções, como na matéria “Drama e dor de mãe pela filha”, publicada no dia 26 de novembro de 2014, em que mostra o protesto de Valdelice Jesus, 55, mãe de uma adolescente que teria sido agredida por uma mulher que foi solta.

É importante evidenciar que o mesmo veículo que constrói uma história que pressupõe a culpa de crimes antes de um julgamento diante do judiciário, também destaca a suposta omissão da justiça. Assim, um sistema se apoia em outro, um em que trazer elementos que pressupõe a culpa é importante já que a justiça é lenta para chegar nesta conclusão.



# Drama e dor de mãe pela filha

Valdelice Jesus, 55, protesta contra soltura de mulher suspeita de jogar ácido em adolescente de 17 anos

RODRIGO MENESES  
rmeneses@jornalmassa.com.br

A comerciante Valdelice Ângela de Jesus, 55 anos, está revoltada com o fato de a mulher suspeita de provocar queimaduras em 25% do corpo de sua filha, de 17 anos estar solta. Segundo a polícia, a cobradora de micro-ônibus Tâmara Gianine Ribeiro Cardoso, 27, jogou ácido muriático na adolescente. Ela foi presa em

flagrante por tentativa de homicídio, mas só ficou dois dias detida.

Enquanto isso, a garota está internada há 15 dias no Hospital Geral do Estado (HGE) e não há previsão de alta. "Isso é uma injustiça. Ela (Tâmara), no domingo, estava subindo e descendo de moto lá em Cajazeiras. Eu estou no hospital com minha filha toda queimada. Durmo sentada em uma cadeira todos

os dias e estou sem trabalhar". Valdelice destaca que a assistência recebida pela filha no HGE tem sido muito boa.

A comerciante faz um apelo para conseguir a ajuda de um advogado, pois pretende processar civilmente Tâmara. "Não tenho condições de contratar um advogado, mas quero processar Tâmara para que ela indenize minha filha".

## Procurou defensoria

Valdelice já procurou a Defensoria Pública para conseguir assistência jurídica, mas representantes do órgão pediram que ela retornasse em janeiro ou fevereiro, porque no momento não há defensores disponíveis para

atuar no caso dela. Segundo a polícia, Tâmara confessou o crime e disse que jogou ácido porque ficou irritada com o fato de a adolescente ter ido à porta da casa dela para chamar Adson, ex-namorado dela e atual da vítima.



## Interpretação Juiz não considerou flagrante

A assessoria de imprensa do Tribunal de Justiça informou que o juiz Ícaro Matos relaxou a prisão de Tâmara por considerar que não houve flagrante. O crime foi no dia 11 e ela foi detida no dia seguinte, no trabalho. Segundo o juiz, a prisão desobedeceu o art. 302 do Código de Processo Penal, o qual diz que o flagrante ocorre quando o agente está cometendo o crime, ou acaba de cometê-lo e é perseguido, logo após, pela autoridade, pela vítima, ou por qualquer pessoa. Ou ainda quando é encontrado, logo depois, com instrumentos que façam presumir ser o autor do crime.

Figura 20 - Recorte da matéria "Drama e Dor de mãe pela filha", publicada no dia 26 de novembro de 2014, p.5

A presença em ambos os espaços discursivos, como suspeita de um crime ou como parente de uma vítima, torna claro que a MP sofre todos os tipos de violência. A presença em maior número nesta editoria é uma evidência do ciclo de violência que cerca essa mulher, em qualquer perspectiva. É claro que neste ciclo estão envolvidos vários fatores, a violência que a MP sofre é multifacetada.

Para a mulher preta, que ao longo da história teve seu corpo objetificado e em que uma escala de hierarquia social está na última posição, é fácil compreender que a sua existência sofre com a violência fora e dentro do lar. As questões raciais as fragilizam e as deixam sempre à margem do direito e da dignidade e, assim, não é surpreendente ver a MP no espaço de vítima.

Mantê-las na posição de vítimas é colocá-las em uma representação já designada a mulher preta. Para White (2002), entre as várias representações sociais acerca das mulheres negras, a representação como vítimas sofredoras "serve para mantê-las passivas e confusas em relação à violência". Este estereótipo



funciona como um operador para as relações que essas mulheres mantêm na sociedade e o modo com elas serão avaliadas por outros grupos e instituições.

A violência contra a mulher preta deve ser encarada a partir da interseccionalidade de etnia, gênero e classe social, como afirmam algumas abordagens do feminismo negro. Patrícia Hill Collins (2000) e Deborah King (1988) apontam ser mais adequado analisar a condição da mulher negra a partir das relações entre as classificações biológicas, a construção social de raça e as condições materiais que acompanham as vivências sociais. Assim, é verificado que a violência contra a mulher negra ocorre baseada em uma estrutura social complexa que sempre tende a deixá-la à margem da sociedade.

Logo, é fácil entender por que a MP ocupa tanto as páginas da editoria de Polícia do jornal Massa!. Além das duas posições que apresentamos, outra construção discursiva acontece nesse espaço jornalístico e merece atenção. A hierarquia dos fatos tem uma considerável modificação quando se trata das mulheres pretas, principalmente no sentido culpá-las quando são elas as vítimas. Esse movimento pode ser verificado nas matérias “Irmão suspeito é liberado”, publicada no dia 11 de novembro de 2014, e “Apalpada que pode custar o emprego”, publicada no dia 5 de novembro de 2015.



Figura 21 - Matéria “Irmão suspeito é liberado”, publicada no dia 11 de novembro de 2014



Figura 22 - Retranca da matéria “Irmão suspeito é liberado”, publicada no dia 11 de novembro de 2014

Nos dois casos o machismo direciona o discurso para culpar as vítimas no sentido de apresentar razões que justificam ou explicam a violência que elas sofreram. A primeira matéria trata do assassinato da servidora municipal Joseli Santana, de 36 anos, que ocorreu em sua casa. A matéria traz uma atualização do caso mostrando que o irmão da vítima, então suspeito do crime, é liberado por falta de provas. No entanto, o destaque feito em uma suíte do caso e que surge também nas aspas do delegado que acompanha o caso, é que “ela estava grávida, [...] pois ninguém sabe quem seria o pai dessa criança” (PITA, 11/11/2014, p. 6). A busca da identidade do pai surge como uma nova pista, mas ao realçar o fato de que “ninguém sabe quem é o pai”, é colocado sobre a mulher a responsabilidade de ter se envolvido com um criminoso que a família desconhece, propiciado a própria morte.

Na segunda matéria, o modo de culpabilização da vítima é mais evidente e fica claro já no título. A matéria trata do caso de um policial militar do Rio de Janeiro que sofrerá um processo administrativo disciplinar devido à foto divulgada em que aparece posando com as mãos sobre a bunda de uma mulher. No entanto o foco da

matéria não é o ato de assédio cometido pelo PM, mas o fato de que a matéria explora as consequências para o homem, que irá perder seu cargo por culpa da atitude de uma mulher.

A Inversão do discurso fica evidente na frase do chapéu que afirma “PM se envolve em encrenca após foto segurando o bumbum de uma jovem” (Redação, 3/11/2015, p. 5). Essa lógica se reafirma com a suíte ao lado da matéria que traz a mulher afirmando ter pedido ao PM que posasse na foto. A jovem que é identificada pelas iniciais do seu nome, aparece se explicando diante da repercussão da foto publicada. No título já encontramos a defesa do policial “Eu o vi e pedi para fazer a foto”. A ausência de questionamento sobre as representações que circundam a foto mostra como a imagem da MP tem lugar comum como corpo objetificado, tanto que isso em nenhum momento é apresentado.



Figura 23 - Recorte da matéria “Apalpada que pode custar o emprego”, publicada no dia 5 de novembro de 2015

Embora a presença da MP em outras editorias não seja tão expressiva quanto na editoria de Polícia, ainda assim foi possível verificar que nelas estão expressas outras representações em torno da mulher preta que merecem discussão.

Na editoria Nas Ruas!, que também tem 15% do total de matérias analisadas, são apresentadas notícias sobre a rotina das ruas, manifestações, eventos públicos

e também denúncias a respeito da precariedade do serviço público oferecido em determinadas localidades de Salvador e região metropolitana. A frequência de mulheres pretas registradas neste espaço mostra a participação delas na comunidade. Elas são 75% das fontes procuradas e suas aspas sempre são destacadas. Essa é uma exceção do Massa! que sempre expõe as aspas dos personagens, em um formato extra texto, acompanhado da imagem. É um caminho de identificação com o seu público, que deseja também se ver naquele espaço. Nesse contexto a matéria serve como um micro circuito de rede social em que o público é atraído a partir da exposição da sua imagem e da sua fala.



Figura 24 - Exemplo da utilização de aspas. Recorte de matéria do dia 24 de novembro de 2014

Com exceção das editorias Educação e Nosso País, em que a MP inexistente, as outras sessões contam, de alguma forma, com a presença da MP. Na editoria Economia Popular são frequentemente exaltados os negócios comandados por mulheres pretas. A presença delas neste espaço corresponde a 8% do total. Mas são nas editorias Seu Bairro! E Massa! que encontramos a construção discursiva mais comum quando se trata da MP, que gira em torno da hipersexualização dos seus corpos.

A proposta de estabelecer editorias em que o fato jornalístico fosse elaborado com a participação do público para assim exaltar a mulher e suas conquistas, foi utilizado para reafirmar as opressões impostas a MP. É inegável afirmar que, das matérias analisadas que tinha como propósito enaltecer a mulher preta, nenhuma conseguiu fazê-lo sem recorrer a representações machistas e classistas. É neste

ponto que encontramos mais claramente a dificuldade do veículo em alcançar o seu público, sem recorrer aos já conhecidos operadores.

Das seis matérias publicadas na editoria “Seu Bairro”, quatro delas trazem mulheres negras para exaltar seus trabalhos e sua beleza. No entanto, na ausência de uma história pessoal das fontes que corrobore o discurso da “mulher guerreira”, aquela que tem mais de um trabalho e exerce atividades na comunidade, encontramos o velho reforço a exposição do corpo e a hipersexualização da sua estrutura física.

Essa construção discursiva que utiliza uma parte do corpo da mulher preta como atração e fato noticioso não é novidade. Há mais de dois séculos, em 1810, Sarah Baartman – africana da Província Oriental do Cabo na África do Sul, foi explorada durante quatro anos como atração no *Piccadilly Circus*, em Londres, por causa da sua bunda, fora dos padrões europeus. A fascinação sobre essa parte do corpo de Sarah foi tamanha que após a sua morte órgãos do seu corpo ainda foram expostos, como fato científico. O retorno dos restos mortais de Baartman ao seu país só ocorreu em 2012.

Uma operação muito semelhante ocorre quando se tenta explorar as curvas da mulher preta. Na matéria “Mistura de beleza com atitude”, publicada no dia 25 de novembro de 2015, o destaque no chapéu é o seu “rostro angelical e um corpo escultural” (Azevedo, 25/11/2015). No lead, a modelo Luma Andrade, de 19 anos, é primeiramente identificada como um “corpo cheio de curvas”, ao lado, uma foto de corpo inteiro da modelo. A diagramação da página segue a linguagem textual e coloca o texto ao lado da foto ajustada à silhueta da Luma Andrade. O texto, imagem e diagramação seguem um mesmo sentido semântico. E para destacar ainda mais o corpo, caso o leitor não tenha percebido com os elementos anteriores, a pele da modelo tem um brilho intenso, sendo possível afirmar que foi utilizado um produto cosmético, como óleo, para destacar a cor e “viçoso” da pele. Essa estratégia é extremamente fetichista e tem referência estética com as práticas de filmes pornôs.

Essa matéria em especial merece atenção porque a história de exploração e objetificação do corpo feminino negro evidência um processo de negação muito forte dessas mulheres. Ao contrário das mulheres brancas que, viveram a sua libertação sexual a partir da década de 1960, após as inúmeras reivindicações feministas e do surgimento dos métodos contraceptivos, para a mulher preta, a relação com a exibição do seu corpo e a sexualização dele é mais antiga e dolorosa, portanto, explorar essa imagem não é uma exaltação, mas um reforço do lugar de objeto sexual.

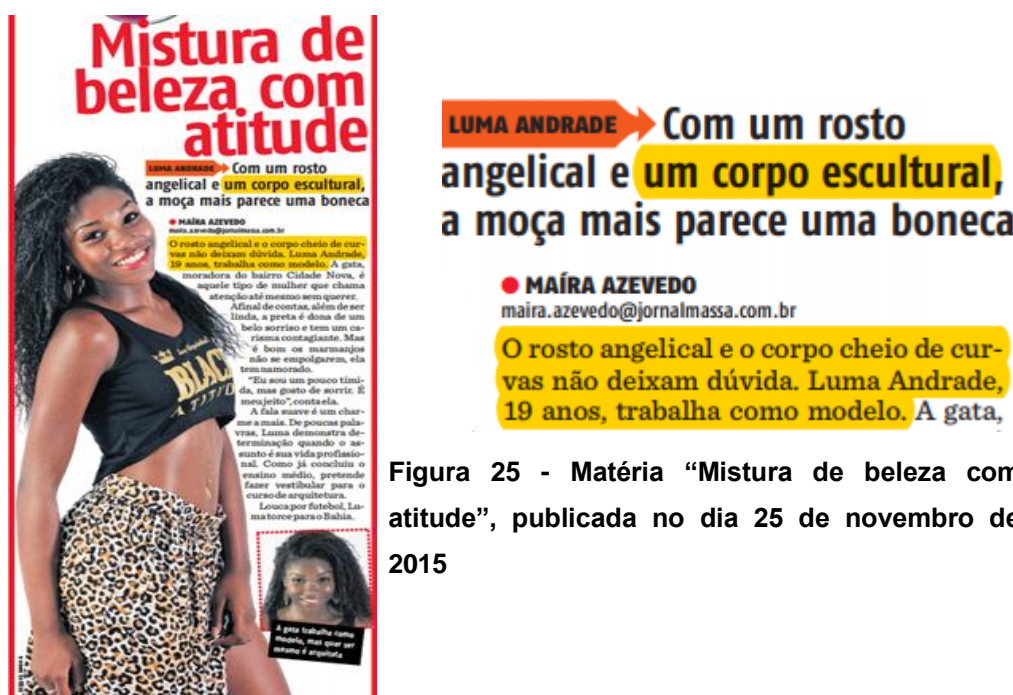


Figura 25 - Matéria “Mistura de beleza com atitude”, publicada no dia 25 de novembro de 2015

A relação da mulher preta com o trabalho também tem destaque no Massa!, mas segue as mesmas referências presentes no A Tarde. Na capa da edição do dia 26 de novembro de 2015, o título da matéria principal ressalta as baianas de acarajé como empreendedoras e “lutadoras”. Para destacar o texto que aborda as comemorações do dia da baiana, ter a referência de luta é sintomático. Já mencionamos nesse trabalho como esse discurso da MP lutadora reforça um estereótipo de força infinita que mascara todos os tipos de violência contra a mulher, neste caso, a ausência de leis que garantam o reconhecimento do exercício de



baiana como profissão, revelando um esforço maior dessas mulheres para conquistar direitos básicos e já alcançados por outros grupos.



Figura 26 - Destaque para a palavra "lutadoras" na capa do dia 26 de novembro de 2015

Após percorrermos as editorias que concedem um determinado destaque a MP, é possível notar que foram muitas as referências textuais e imagéticas, mas essa realidade não se traduz nas capas das edições analisadas. Vale ressaltar que o lugar das mulheres na capa do Massa! não são lisonjeiras, no entanto, não foram poucos os temas que abriram a oportunidade da MP ocupar esse espaço sem que fosse necessário explorar seu corpo.

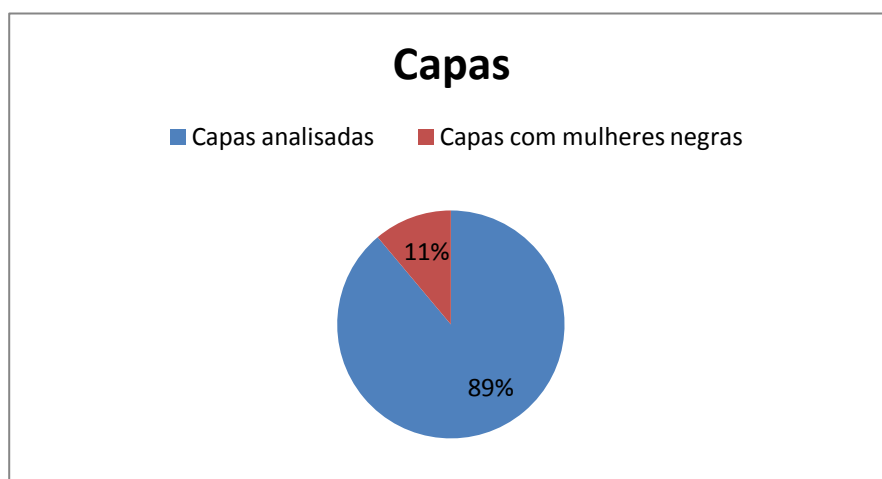


Gráfico 4 - Comparativo das capas analisadas e as que tiveram a imagens da mulher preta

Entre as 70 capas analisadas, apenas 14 tinham a MP como destaque, em quatro delas, as mulheres eram artistas de conhecimento público. Sendo assim, tivemos apenas 10 capas dedicadas à mulher comum. Embora a ostensiva presença nas matérias publicadas — em média três matérias por dia, isso não se refletiu no espaço de maior visibilidade do jornal. Nesse sentido temos, mas uma vez, a ausência de representatividade dessas mulheres nos espaços de maior relevância. Espaço esse ocupado por mulheres brancas.

### **6.1.1 O colorismo das fontes no jornal Massa!**

Ao contrário do A Tarde em que as fontes negras apresentavam uma escala cromática reduzida, com tons de pele mais próximos da branquitude, no Massa!, uma diversidade de tons da pele negra foi percebida mais facilmente. Mulheres de peles retintas tiveram espaço e suas imagens expostas. No entanto, a lógica de favorecimento dos tons mais claros ainda é presente. Isso foi percebido a partir do tratamento da imagem que compõe as matérias.

Mulheres com a pele retinta tiveram em suas fotos pouco tratamento na imagem, sem efeito ajuste de brilho, contraste ou qualquer tipo de embelezamento. Somado a isso encontramos essas mulheres em posições desfavoráveis e ambíguas que estabelecem um segundo sentido relacionado à forma dos seus corpos, isso por que quanto mais negro um indivíduo é, mais racismo ele sofrerá. O mesmo não acontece com as mulheres pretas de tons mais claros, que além do tratamento na imagem, tem uma composição de cenário ou fotos feitas em estúdio. Essa hierarquização do tom de pele refere-se não apenas a um embranquecimento, mas também a negação da diversidade no tom de pele da população negra.

Para falar de uma variedade no tom de pele entre negros, tomamos como referência o autor Jean Patton (1991) que em sua obra *Color to color* classificou 38 tons de peles negras, que estão divididas entre quentes e frias. Essa identificação é bem distante da realidade que encontramos nos dois jornais analisados, sendo o Massa! com o maior número de tons, que são apenas quatro (ver Figura 27).





**Figura 27 - Calorimetria das fontes no jornal Massa!**

Os tons encontrados nas páginas dos jornais não representam os únicos tons existentes, mas constituem os que são socialmente aceitos e, portanto os presentes em um discurso que já é compartilhado com os leitores do jornal. Quando encontramos uma escala cromática definida, tais como as identificadas no A Tarde e Massa!, temos também um esforço para determinar uma suposta cartela de cores das peles negras.

A falta de diversidade está também relacionada com a dificuldade, ainda presente, do público se identificar ou não como negros, já que ainda vivemos sob a ideologia da miscigenação da população que supostamente coloca os cidadãos em uma “democracia racial”. Embora considerados mitos entre os grupos de militância negros, termos como pardo ou “moreno”, ainda se legitimam a partir de órgãos federais como o IBGE, que fornece essas nomenclaturas como identificadores de etnia. Para Sueli Carneiro (2002), a miscigenação e o mito da democracia racial produziu no Brasil uma sofisticada forma de racismo que permite que a sociedade discrimine os negros impunemente.

## 7 Considerações finais

As questões iniciais que orientaram este trabalho de conclusão de curso apontavam que a mulher preta seria representada nos espaços da religião e força física, mas a análise comparativa entre os dois sujeitos enunciadores mostrou que a representação dessas mulheres extrapola as duas hipóteses, evidenciando outros lugares sociais relacionados a elas, como o lugar de vítimas de todos os tipos de violência, hipersexualizadas e finalmente como artistas de renome.

Embora produtos de um mesmo grupo de comunicação, os jornais A Tarde e Massa! mostraram construções de discurso bem distintas quando o assunto envolvia mulheres pretas. No primeiro, elas eram majoritariamente as fonte secundárias, frequentemente não identificadas nas legendas fotográficas e representadas no espaço da religião e da força física. Já no segundo enunciador essa mulher esteve mais presente nas matérias policiais, ocupando dois papéis: o de suspeita ou de parente em primeiro grau da vítima. Quando elas não estavam sob o discurso de presunção do crime, sofriam com a impunidade, ainda que isso não estivesse explícito textualmente. A hipersexualização dos seus corpos e o machismo também foi um elemento que as acompanharam ao longo das páginas.

Em A Tarde, as mulheres e os temas relacionados à religião representaram 30% do total das matérias analisadas, mas ainda assim, isso não permitiu que elas ocupassem o principal posto enquanto fontes, já que 73% das fontes primárias foram homens. As editorias em que elas mais estiveram presentes foram Salvador e Caderno 2, inclusive, a ausência em outras editorias foi expressiva, com destaque para as que tratam de temas mais abrangentes como Economia e Ciência & Vida.

Na categorização realizada nesta pesquisa, 44% das matérias que integraram o *corpus* foram de unidades completas, que compreendemos aqui como matérias em que as mulheres pretas foram fontes ou personagens e tiveram suas imagens publicadas e identificadas. Esta classificação compreende o espaço mais alto que pode ser alcançado por essas mulheres no contexto deste trabalho. No entanto, o

número de conteúdos em que elas foram fontes, mas não tiveram suas imagens publicadas, também foi expressivo, representando 29% do total.

As duas hipóteses que iniciaram esta pesquisa que apontavam a mulher preta representada nos espaços da religião e força física se confirmaram principalmente no A Tarde. No entanto, também foi possível notar que elas estavam presentes no espaço cultural, seja na moda, música ou artes cênicas.

A imagem dessas mulheres foi, talvez, o ponto mais controverso em A Tarde porque, embora alguns temas tratassem das questões da cultura negra, elas tiveram, em grande parte dos casos, suas imagens clareadas através de efeitos de iluminação e contraste. Isso foi percebido através da percepção de outros pontos das fotografias que pareciam estourados, em comparação.

O mais recente enunciador do grupo, o jornal Massa!, teve o maior número de matérias coletadas considerando os mesmos critérios do anterior. Em média foram três matérias com MP publicadas em uma única edição. Em sua maioria essas mulheres estiveram nas páginas policiais, sejam suspeitas de delitos ou como parente em primeiro grau das vítimas, em maioria também mulheres pretas. A única editoria em que elas não tiveram nenhuma participação foi a de educação. Em 60% das matérias analisadas elas foram as fontes primárias, ocupando uma participação significativa na publicação.

Sobre a classificação das matérias, 68% foram de unidades completas, número maior que seu companheiro de grupo. Mas ainda que a imagem dessa mulher tenha sido publicada no jornal, elas estavam predominantemente relacionadas à sexualização dos seus corpos. Ao contrário de A Tarde, que tinha uma colorimetria das fontes bem reduzida, no Massa! foi possível encontrar uma variação de tons de peles negras, embora explorando a ideia de uma “cor do pecado”.

Percebemos que cada jornal constrói um discurso diferenciado para atender ao seu público, ainda embora sejam percebidas algumas semelhanças como a percepção das mulheres pretas em relação ao trabalho. Já mencionamos nesta

pesquisa que os sujeitos-alvos de cada veículo são de classes e interesses diferentes, portanto, o conteúdo de ambos os jornais cumprem essa proposta.

Para os seus mais 345 mil leitores das classes C e D, o Massa! mostra uma mulher presente na comunidade, vítima de todos os tipos de violência e como objeto sexual que deve ser apreciado. Para os 701 mil leitores das classes A e B, o A Tarde mostra uma mulher religiosa, muito envolvida com as artes. Enquanto o primeiro mostra a imagem dessa mulher no tom de pele mais próximo do real, o segundo tenta embranquecê-la para que tenha proximidade com o seu público leitor. Por fim, a análise de ambos os veículos do Grupo A Tarde mostrou que é urgente à necessidade de reconstruir um imaginário social mais igualitário para a mulher preta.

Ao longo desta pesquisa a identificação de elementos extradiscursivos, como a ausência da mulher preta em determinadas editoriais, gerou novas indagações a respeito do silenciamento da MP no conteúdo jornalístico, o aparente problema com a exibição da estética dessas mulheres nos veículos de comunicação e a solidão afetiva. As respostas para essas inquietações não puderam ser plenamente apresentadas neste trabalho de conclusão de curso, sendo necessária uma nova pesquisa que direcione seus esforços em encontrar indícios científicos que apontem os motivos para a existência deste contexto.

## 8 Rereferências

ALVIM, Luiza. **Os jornais, o romance e o folhetim**. Encontro Nacional de Comunicação, Rio de Janeiro, p.1-15, out. 2008. Disponível em: <[http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/6o-encontro-2008-1/Os jornais- o romance e o folhetim.pdf](http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/6o-encontro-2008-1/Os_jornais-_o_romance_e_o_folhetim.pdf)>. Acesso em: 06 ago. 2017.

ANGRIMANI, Sobrinho Danilo. **Espreme que sai sangue. Um estudo do sensacionalismo na imprensa**. São Paulo: Summus, 1995. – (Coleção Novas Buscas em Comunicação ; v.47).

Azevedo, Máira. **Mistura de beleza com atitude**. A Tarde, 25/11/2015, Salvador, p.7.

AGÊNCIA BRASIL. **Brasil registra em 2015 mais de cinco estupros por hora**. A Tarde, 04/11/2016, Salvador, p A7.

BARBOSA, Eryl Guedes; SILVA, Silvano Alves Bezerra da. **COR E SEXO NO JORNALISMO:: REPRESENTAÇÕES DAS MULHERES NEGRAS NAS PÁGINAS DE DUAS REVISTAS FEMININAS**. **Revista da Abpn**, Maranhão, v. 1, n. 2, p.133-156, out. 2010. Quadrimestral. Disponível em: <[www.abpn.org.br/](http://www.abpn.org.br/)>. Acesso em: 28 out. 2016.

BARTHES, Roland. **O Óbvio e o Obtuso: Ensaios Críticos III**. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1990.

CARNEIRO, Sueli. **Mulher Negra**. 4. ed. São Paulo: Geledés – Instituto da Mulher Negra - Programa de Comunicação, 1993. 41 p. (Cadernos Geledés). Edição comemorativa de 23 anos.

CARVALHO, Wynne. **Profanadores lançam sal grosso na Pedra de Xangô**. A Tarde, 12/11/2015, Salvador. p. A4.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Editora Contexto, 2010. 285 p. Tradução de: Angla M. S. Corrêia.

COLLINS, P. H. **Black feminist thought: knowledge, consciousness, and the politics of empowerment**. New York: Routledge, 2000.

DAVIS, Angela. **Mulheres, Raças e Classes**. São Paulo: Boitempo, 1981. 248 p.  
Tradução de: CANDIANI, HECI REGINA.

FERREIRA, G. M. *et al.* (Orgs.). **A construção da violência na televisão da Bahia: um estudo dos programas Se Liga Boçô e Na Mira**. Salvador: EDUFBA, 2011.

HOOKS, bell. **Ain't I a woman: Black women and feminism**. South End Press, 1981. 210 p. 129.

HARRIS, Trudier. **Pigmentocracy**. 2008. Freedom's Story, TeacherServe. National Humanities Center, North Carolina. Disponível em: <<http://eaop.ucsd.edu/198/pigmentocracy/Pigmentocracy%20-%20Freedom%20s%20story.pdf>>. Acesso em: 27 mar. 2017.

LANDES, Ruth. **A cidade das mulheres**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro, Record, 2001.

MASCARENHAS, Fabiana. **Luta contra o câncer não pode parar**. A Tarde, 01/11/2014, Salvador, p. A4.

MATOS, Laís. **Vanessa Jackson apresenta tributo a Whitney Houston**. A Tarde, 11/11/2014, Salvador. p.4.

MOSCOVICI, Serge. **Representações Sociais: investigação em psicologia social**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

\_\_\_\_\_. **La Psychologie, Son Image ET Son Publique**. Paris: Puf, 1961.

OLIVEIRA, Meire. **Celebração marca o dia das baianas de Acarajé na capital**. A Tarde, 26/11/2014, Salvador, p. A5.

PARANHOS, Verena. **Angolana lança livro de poemas no Recôncavo**. A Tarde, 25/11/2014, Salvador, p.3.

PATTON, Jean. **Color to Color: Guide for the Woman of Color to a Rainbow of Fashion & Beauty**. New York: Paperback, 1991.

REDAÇÃO CORREIO. **Novo projeto gráfico do CORREIO completa um ano de sucesso.** Correio\*, Salvador, 27/08/2009.

RAMOS, Cleidiana. **Conheça o Massa!, o primeiro jornal popular da Bahia.** A Tarde, 18/10/2010, p.A5

\_\_\_\_\_. **Conheça o Massa!, o primeiro jornal popular da Bahia.** A Tarde. Salvador, 18 out. 2010. Salvador, Seção 2, p. 5-5. Disponível em: <<http://atarde.uol.com.br/bahia/salvador/noticias/1253619-conheca-o-massa!,-o-primeiro-jornal-popular-da-bahia>>. Acesso em: 06 ago. 2017.

RIBEIRO, Carlos. **Um século de jornalismo na Bahia 1912 - 2012.** Lauro de Freitas: Solisluna Editora, 2012. 199 p

SOUZA, Joyce. **Mulheres lideram 39,5% dos lares baianos.** A Tarde, 01/11/2014, Salvador, p. B4.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido.** Rio Grande do Sul: Editora Unisinos, 20014. 286 p. Tradução de: Vanise Dresch.

UZÊDA, Eduarda. **Memórias de cotidiano cruel.** A Tarde, 25/11/2016, Salvador, p. 6.

KING, D. K. Multiple Jeopardy, Multiple Consciousness: The Context of a Black Feminist Ideology, **Signs Signs: Journal of Women in Culture and Society**, v. 14, n. 1, 1988.

WHITE, E. **O amor não justifica: mulheres negras e violência doméstica.** In: WERNECK, J. O livro da saúde das mulheres negras: nossos passos vêm de longe. 2. ed. Rio de Janeiro: Pallas; Criola, 2002.