



## **Faces do DF: a representação negra na publicidade governamental<sup>1</sup>**

Deivison Amorim MASCARENHAS<sup>2</sup>  
Isabel Cristina Clavelin da ROSA<sup>3</sup>  
Universidade Católica de Brasília, Brasília, DF

### **RESUMO**

Este artigo integra estudo acadêmico sobre a representação negra nas campanhas de saúde do Governo do Distrito Federal. Faz a reflexão sobre racismo, direitos à comunicação e à saúde a partir de filme publicitário, veiculado em 2013, em campanha local sobre aleitamento materno. Com foco no estudo da publicidade governamental, realiza-se apreciação sobre como negros e negras são reconhecidos como sujeitos de direitos e integrados como cidadãos e cidadãs nas estratégias de Publicidade e Propaganda governamental do DF.

**PALAVRAS-CHAVE:** publicidade, mídia e racismo, publicidade governamental, igualdade racial.

### **1 Introdução**

Articulado como um sistema, o racismo tem implicações na organização de sociedades e na vida social. Estabelece hierarquias, subordinações, exclusões e violências de toda a ordem. No que tange à comunicação, incide na circulação e na obstrução de discursos, imagens e representações. Ao grupo que estiver alçado à estrutura de poder hegemônico (posição de superioridade), visão de mundo, estética, entre outros atributos, são considerados padrões a serem seguidos. São impostos aos que estiverem em posição de subordinação de modo a desconstituir outras possibilidades de ser, dizer e representar.

Neste texto, que é parte do trabalho de conclusão de curso em Publicidade e Propaganda em desenvolvimento na Universidade Católica de Brasília, abordo a historicidade do racismo no Brasil, a representação de negros e negras no Distrito Federal e as implicações do racismo na comunicação publicitária. Para tanto, dedico-me

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 2 – Publicidade e Propaganda do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 8 a 10 de maio de 2014.

<sup>2</sup> Graduando do Curso Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Brasília (UCB), email: deivison.a.m@gmail.com.

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora Mestra do Curso de Comunicação – Jornalismo e Publicidade e Propaganda da UCB, e-mail: isabel.clavelin@ucb.br



à apreciação de campanha de aleitamento materno, assinada pela Secretaria de Estado da Saúde do Distrito Federal, no ano de 2013, sob a perspectiva dos direitos à comunicação e à saúde, assegurados na Declaração Universal dos Direitos Humanos. Escolhi esses dois direitos, tendo em vista os demais materiais empíricos que compõem o corpus da pesquisa: campanhas de prevenção ao HIV/AIDS, prevenção do câncer de mama, doação de órgãos, combate à dengue, entre outras.

Concernente à realidade americana, em particular à brasileira, a ideologia racista, isto é, de superioridade de um grupo racial sobre os demais, propiciou e justificou o massacre dos povos indígenas por colonizadores europeus. A africanos e africanas significou a vinda forçada para o Novo Continente, para o desenvolvimento econômico das colônias. Segundo Hasenbalg (1982, p.69), “o racismo, cuja essência reside na negação total ou parcial da humanidade do negro e outros não-brancos, constituiu a justificativa para exercitar o domínio sobre os povos de cor” no século XV durante o início da expansão europeia. O contato entre brancos europeus e não-brancos de áreas recentemente exploradas resultou em “migrações forçadas de trabalhadores entre continentes e regiões e a sujeição de populações de cor a sistemas repressivos de trabalho” (IDEM, IBIDEM, p.69).

De acordo com Ogot (2010), entre os anos 1575 e 1675 o número de escravos enviados ao Brasil era de 400.000 a 450.000. No século XVIII, chegou próximo de dois milhões de africanos e africanas. Nos séculos XVIII e XIX, o perfil da composição racial da população brasileira é de maioria negra. No ano de 1798, em uma população de 3.500.000 habitantes, 1.998.000 eram indivíduos de origem africana, dos quais 1.582.000 estavam escravizados. Em 1872<sup>4</sup>, a população total era de 9,9 milhões, dos quais 5,8 milhões eram de origem africana, sendo que 1,5 milhões ainda eram escravos. Ou seja, em 1798 a população de origem africana representava 61,2%, enquanto em 1872, representava 58%.

Na atual estrutura da sociedade brasileira, o racismo adquire novas funções e significados de desigualdades e discriminações das percebidas no século XIX. A despeito da resistência negra, característica ao longo dos quase quatro séculos de escravização, o grupo racial branco preservou o sistema de dominação, articulando espaços de vantagens e de privilégios para si em detrimento dos contingentes

---

<sup>4</sup> Ano em que foi realizado o primeiro censo demográfico no Brasil, o qual incorporou as seguintes categorias: preto, pardo, branco e caboclo (indígena). Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/caracteristicas\\_raciais/notas\\_tecnicas.pdf](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/caracteristicas_raciais/notas_tecnicas.pdf)>. Acesso em: 17 mar. 2014.



étnicorraciais negro e indígena. Nas palavras de Hasenbalg (1980, p.89), “a raça, como atributo social e historicamente elaborado, continua a funcionar como um dos critérios mais importantes na distribuição de pessoas na hierarquia social”. O autor agrega à reflexão acadêmica aqui proposta sobre dois fatores principais que explicam a desigualdade social contemporânea no Brasil: “a desigual distribuição geográfica de brancos e negros e as práticas racistas do grupo racial dominante” (HASENBALG, 1980, p. 90).

Dos dois pontos citados, o segundo é, sem dúvida, o mais nocivo ao povo negro na medida em que desencadeia o funcionamento do sistema opressivo e aniquilador de identidades individuais e coletivas de ordem racial, atuando perversamente em todas as fases da vida humana e em todos os campos da vida social. Conseqüentemente, desestimula, reprime e pune processos emancipatórios na intensidade da violência estruturante do racismo. Operacionaliza-se, de modo estratégico, por aparelhos ideológicos, a exemplo da escola, da família, da igreja e da mídia, reprodutores do racismo propriamente dito e da ideologia do branqueamento, mediante a supervalorização do *ethos* branco (GONZALEZ, 1980).

Essa imagem negativa e subjugada de negros e negras está presente, por exemplo, no material didático escolar, mas encontra-se de forma ainda mais agressiva nos meios de comunicação de massa. Conforme Hasenbalg (1982, p.91), “as práticas discriminatórias [...] reforçam-se mutuamente de maneira a regular as aspirações do negro de acordo com o que o grupo racial dominante impõe e define como os ‘lugares apropriados’ para as pessoas de cor”. É o chamado lugar de negro (GONZALEZ, 1980) que determina, limita e confina afrodescendentes dos espaços de circulação, relegando-lhes direitos de compor a sociedade de maneira efetiva: participativa, inclusiva e com equidade.

## **2 Racismo na mídia: hierarquizações e exclusões**

Para discutir racismo e mídia no Brasil, é preciso perceber as relações hierárquicas entre brancos, no topo, e negros, na base da pirâmide, ao que Silva *et al.* (2010, p.84) qualificam como discurso racista: “a naturalização e universalização da condição do branco se estendem à representação ao público a que as mensagens se dirigem. [...] O público é discursivamente constituído como supostamente branco”.



Nesse sentido, Lélia Gonzalez faz o seguinte alerta sobre a operacionalização e a legitimação do racismo na mídia.

“As imagens mais positivas vistas das pessoas negras são aquelas que representam os papéis sociais atribuídos pelo sistema: cantor e/ou compositor popular, jogador de futebol e “mulata”. Em todas estas imagens há um elemento em comum: a pessoa negra é um objeto de divertimento” (GONZALEZ, 1982. p.107).

Esses “papéis sociais atribuídos pelo sistema” a que Gonzalez se refere estão associados a uma espécie de autorização que o grupo racial branco cede ao negro, ou seja, naquele espaço específico, muito bem delimitado, a população negra pode desenvolver-se (CARNEIRO, 2002). No que se refere à mídia, são espaços de menor visibilidade e importância, quando não a exclusão completa (SODRÉ, 1999). Essa tipificação sociopolítica e cultural pode ser caracterizada como uma imobilidade social, pois polariza o negro em duas categorias: trabalho braçal e entretenimento. São, portanto, negadas ao povo negro outras possibilidades que não as que estejam ligadas à sensualidade e à força física – ambas vinculadas, nesse exemplo, ao controle do corpo e à manutenção da condição de objeto de homens e mulheres negras (CARNEIRO, 2003).

No sentido de desconstruir a opressão racial e social do sistema colonial, Frantz Fanon (2013, p. 68) explica – ao se ater aos processos de luta pela independência da Argélia, nos anos 1960 - que “a imobilidade à qual é condenado o colonizado só pode ser questionada se o colonizado decidir pôr termo à história da colonização, à história da pilhagem, para fazer existir a história da nação, a história da descolonização”. Incorpora-se ao que se propõe neste estudo: refletir sobre como a mídia – sob o comando de elites políticas e econômicas - é, para tanto, a base de sustentação de uma produção que incentiva o racismo na sociedade brasileira, visto que ela é responsável pela produção e veiculação de imagens que naturalizam a dominação de brancos sobre negros, invisibiliza a resistência e a luta emancipatória negras, além de difundir a falácia do mito da democracia racial fundamentado na ideologia do branqueamento (GONZALEZ, 1980).

O discurso midiático, sobretudo o televisivo, apresenta e normatiza a branquitude (BENTO, 2013), ou seja, constrói a extrema valorização da estética branca em detrimento da negra, dos traços brancos de origem européia como modelo de beleza e humanidade (SODRÉ, 1999). Enquanto isso, identidade negra e estética afrodescendentes se constituem como padrão subalterno, logo, descartável e não aceito socialmente.



Na imbricação entre racismo, comunicação e saúde, tenho me dedicado ao estudo científico da realidade do Distrito Federal, tendo como objeto de pesquisa as campanhas governamentais assinadas pela Secretaria de Estado de Saúde do Distrito Federal (SESDF), veiculadas no ano de 2013, e disponibilizadas no endereço eletrônico [www.saude.df.gov.br](http://www.saude.df.gov.br). O trabalho se desenvolve por meio de duas perguntas norteadoras: *homens e mulheres negras compõem o conjunto de cidadãos representados nas campanhas publicitárias governamentais do DF? e tal representação contribui para a integração ou desintegração de afro-brasileiros no imaginário social do DF?*

De forma sistemática, o movimento negro tem denunciado o racismo no Brasil e cobrado a inclusão política, econômica, social e cultural da população negra (CARNEIRO, 2002). Com ações públicas e nacionais, acentuadas a partir da década de 1970, o movimento negro articulou mudanças sociais em termos de inclusão da população negra, inclusive, de ordem afirmativa, a exemplo da reserva de cotas raciais para aumento e melhoria da representação negra na mídia, especialmente na Publicidade e Propaganda como preconiza o Estatuto da Igualdade Racial.

No Distrito Federal, negros e negras são 57,52% da população. Empiricamente verifica-se que, quando visíveis, estão subrepresentados ou condicionados a espaços de subalternidade, isto é, coadjuvantes em peças de Publicidade e Propaganda, embora sejam a população majoritária. Considerando os lugares de negros e brancos distribuídos pelo sistema racista, inclusive na mídia, apporto à reflexão a segregação socioterritorial no Distrito Federal. A localização da capital do país não é isolada, ou seja, ao ser criada na região central, Brasília interage com outras cidades do Centro-Oeste. Consequentemente, a presença de uma cidade planejada para ser o centro do poder político-administrativo do país impacta tanto na economia nacional quanto a regional, sobretudo no que diz respeito às medidas públicas de infraestrutura que pautaram sua construção. Portanto, Brasília tornou-se o núcleo do aglomerado urbano da região central do Brasil, e, como tal, era previsível que a jovem cidade promovesse a diversificação econômica e uma maior divisão do trabalho, incentivando assim a interação entre as variadas funções urbanas, como afirma Milton Santos, em *Urbanização Brasileira*:

“O Centro-Oeste apresenta-se como extremamente receptivo aos novos fenômenos da urbanização, já que era praticamente virgem, não possuindo infraestrutura de monta, nem outros investimentos fixos vindos do passado e que pudessem dificultar a implantação de inovações. Pôde, assim, receber uma infraestrutura nova, totalmente a



serviço de uma economia moderna, já que em seu território eram praticamente ausentes as marcas dos precedentes sistemas técnicos. Desse modo, aí o novo vai dar-se com maior velocidade e rentabilidade” (SANTOS, 2001, p.68).

De acordo com as diretrizes iniciais, Brasília foi projetada para abrigar, até o ano 2000, a população máxima de 500 mil habitantes, levando em conta toda a sua estruturação baseada em dois eixos principais onde as atividades se interseccionam em um ponto rodoviário central, convergindo mobilidade, lazer, trabalho, comércio e atividades cívicas.

“As cidades-satélites, que não estavam incluídas, inicialmente, nas premissas do Plano Piloto, foram, posteriormente, acrescentadas e serviram para a acomodação dos candangos – pioneiros/operários – de Brasília. O governo inaugurou a primeira delas quase dois anos antes da própria capital e fundou outras três em fins de 1961” (SILVEIRA, 1999, p. 149).

Por meio da fala da especialista em Desenvolvimento e Planejamento Regional, Denise Silveira, é possível perceber o quanto as cidades-satélites são antagonizadas em relação ao Plano Piloto. Essa polarização é tanto espacial, quanto social, na medida em que as áreas centrais de Brasília estão destinadas “a abrigar os técnicos graduados, políticos, funcionários públicos, com alta qualidade de vida” (1999, pg. 150), enquanto as cidades-satélites são inferiorizadas na qualidade urbana e social.

Observa-se, então, que a segregação/desintegração está incrustada na própria concepção da capital, visto que a concessão de moradia estava calcada na importância hierárquica funcional (status social), sendo que tal medida era igualmente adotada entre os funcionários transferidos, a exemplo dos servidores federais alocados nas Asas Sul e Norte, nos militares encaminhados para o Cruzeiro e engenheiros na Vila Planalto. É importante que se faça uma leitura das cidades satélites do Distrito Federal, a fim de entender a origem da formação dos bolsões de pobreza que se formaram nessas cidades, como pode ser visto na cidade Estrutural, onde a população negra é de 76%; na cidade Paranoá, 72,8% e no Varjão, 72%, enquanto em cidades mais desenvolvidas o percentual de negros é menor, como na cidade Jardim Botânico, 30,8% Vicente Pires, com 44,7% e Águas Claras, 45,1%.

De acordo com dados coletados pela Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios (PDAD), em 2010 e 2011, através da Companhia de Planejamento do



Distrito Federal (CODEPLAN), realizado em 24 Regiões Administrativas<sup>5</sup>, negros e negras no Distrito Federal estão, em sua maioria, em 17 Regiões Administrativas, inclusive em todos os grupos etários. No Distrito Federal, a segregação racial do espaço é extremamente acentuada, pois apesar de a população negra representar 57,2% do total da população atual, as áreas nobres não demonstram esse número. O percentual de negros em cidades-satélites com mais problemas de infraestrutura, como SCIA-Estrutural (76%), Paranoá (72,8%) e Varjão (72%) é inversamente proporcional ao percentual de não negros em áreas tidas como mais nobres.

Quanto ao percentual de pessoas negras por faixa etária: jovens de 15 a 17 anos representam 63,16%, enquanto afrodescendentes acima de 60 anos, 50,87%. Já no percentual populacional por sexo, as negras representam 56,73% entre as mulheres, enquanto entre os homens, os negros representam 58,40%. No quesito escolaridade, negros e negras têm uma porcentagem maior nos níveis básicos de formação e menor porcentagem nos níveis mais avançados em relação aos não negros.

Em relação ao trabalho, de acordo com a pesquisa, a “porcentagem de pessoas negras sem atividade (5,10%), desempregadas (5,27%) e estudantes (19,91%) é maior que a de não negras”. Esses dados refletem também a situação da população negra na distribuição de renda. Consta da análise que, nas classes de renda mais baixas o percentual de negros é maior que o de não negros e inversamente proporcional nas classes de rendas superiores. Dada a importância da pesquisa do PDAD ao mostrar um panorama da situação demográfica, de escolaridade, trabalho e renda de negros e negras do DF, fica evidente que o Governo do Distrito Federal ainda carece de políticas públicas específicas voltadas à população negra. Ademais, é notório que a segregação no DF segue a dinâmica do racismo e das relações raciais (FANON, 1968): redutos territoriais de negros e brancos, organização de espaços urbanos e efetividade de políticas públicas (limpeza, iluminação pública, segurança, transporte) condizentes com o público majoritário.

O mesmo pode ser pensado na comunicação: as chamadas áreas nobres - Lagos Sul e Norte e Plano Piloto - ocupam espaço privilegiado na publicidade governamental por meio da representação fenotípica, enquanto as cidades-satélites – os espaços com maioria negra - seguem à margem. Quando visíveis, seguem a lógica dos espaços

---

<sup>5</sup> O estudo não considerou seis Regiões Administrativas (Brasília, Lago Sul, Lago Norte, Park Way, SIA e Sudoeste/Octogonal) por motivos de dados não coletados até o momento da redação do relatório.





racionalmente determinados: inferiorizados, desvalorizados e deslocados. Inferiorizados no que se refere à exposição determinada pela sua condição de negro ou negra desintegrado da condição de igualdade de representação na população ou numa organização social equânime. A presença negra depende da presença branca, a qual assume a posição de liderança e protagonista. Desvalorizados pela destituição do valor de pertencerem ao grupo negro e assim serem representados: componentes de um grupo étnicorracial específico, majoritário e com atributos positivos e negativos como os demais, isto é, diferentes, porém não desiguais. E, por fim, deslocados face às narrativas que se constituem de negro ou negra isolado ou único, desintegrados dos demais entes do grupo racial negro nas peças publicitárias.

### **3 Publicidade: presenças e ausências**

Para entender as práticas convencionais da publicidade na atualidade, é preciso resgatar o desenvolvimento dessa atividade antes da estruturação da mídia moderna, descrito pelo sociólogo John Thompson como “publicidade tradicional de co-presença”.

“Este tipo tradicional de publicidade serviu-se, e se constituiu, da riqueza de deixas simbólicas características da interação face a face. Era uma publicidade que implicava visão e audição, aparência visual e palavra falada: o evento público era um espetáculo que, por aqueles poucos indivíduos que calhavam de estar presentes, podia ser visto, ouvido, talvez até cheirado ou sentido de alguma outra maneira” (THOMPSON, 2008. p.114).

A publicidade, a partir do advento da imprensa na Europa moderna, pôde desvencilhar-se da partilha de um lugar comum, ou seja, as ações e eventos poderiam tornar-se públicos mesmo na ausência de indivíduos co-presentes. Dessa forma, a palavra impressa era um meio de tornar público ações de interesses diversos para um público que não estava em um lugar determinado, definida, sobretudo, pela não interação face a face (THOMPSON, 2008).

Para o Estado, a palavra impressa representava um importante meio de proclamações oficiais, enquanto grupos de oposição utilizavam a mesma tecnologia para tornar público ações que de outra maneira não chegariam ao público leitor. É importante destacar que a publicidade, nesse contexto, ainda era acessível aos indivíduos que não dominavam tal tecnologia (capacidade ler) através de reuniões feitas exclusivamente para leitura em voz alta de livros e panfletos (THOMPSON, 2008).





Thompson, ao resgatar alguns pensamentos de Michel Foucault, traz à luz discussões importantes sobre como o poder é organizado nas sociedades modernas e como a mídia influencia a relação entre poder e visibilidade.

“As sociedades do mundo antigo e do ancien régime eram sociedades de espetáculo: o exercício do poder estava ligado à manifestação pública de força e superioridade do soberano. Era um regime de poder no qual uns poucos se tornavam visíveis a muitos, e no qual a visibilidade de poucos era usada como meio de exercer o poder sobre muitos” (THOMPSON, 2008, p. 120).

Na sociedade moderna, a demonstração pública de força e superioridade ainda é o principal método de controle, sobretudo em organizações que precisam manter a imagem de “agentes da ordem”, como em áreas voltadas para a segurança, por exemplo. Mas, para Thompson, as atividades de controle devem ser pensadas também a partir das novas formas de publicidade que a mídia desenvolveu. E, para além disso, o autor confronta as ideias de Foucault quando afirma que “graças à mídia, aqueles que exercem o poder é que são submetidos agora a um certo tipo de visibilidade, mais do que aqueles sobre quem o poder é exercido” (2008, pg. 121). Vale frisar que a visibilidade mediada a que Thompson se refere não pode ser equiparada ao tipo de espetáculo mencionado por Foucault, pois a visibilidade, nesse contexto, não fornece o ambiente necessário para a interação face a face, já que os indivíduos não partilham um lugar comum (THOMPSON, 2008).

A mídia, mais especificamente a televisão, tornou-se um item obrigatório no planejamento de campanha de políticos que buscam um cargo público de poder. Portanto, para aqueles que desejam sucesso em sua empreitada política, é imprescindível a administração de sua visibilidade na mídia (THOMPSON, 2008). As estratégias adotadas pelos governos, partidos e políticos são as mais diversas, mas a manutenção da imagem é certa. Essa administração de visibilidade, no mundo moderno, se traduz através de uma equipe especializada que está apta a manter a relação governo-mídia, são as assessorias de imprensa.

De acordo com Thompson, a atividade de administrar a visibilidade por meio da mídia não está restrita aos períodos eleitorais, pois faz parte da própria natureza de governar, para ele “a condução de um governo exige um contínuo processo de tomada de decisões sobre o que, a quem e como se pode tornar público” (pg. 124-125). É nesse sentido que o presente trabalho se desenvolve. Afinal, o governo tem poder e visibilidade e sabe como utilizá-los como instrumento ideológico, que não deixa de ser



opressor, na medida em que exclui ou subrepresenta a população negra. Logo, enquanto gestor de visibilidade pública, o GDF possui o poder – e também a responsabilidade – sobre a representação étnica e racial na sua diversidade.

Quanto à representação de identidade étnica, cerne do presente trabalho, é crucial perceber que “textos publicitários são expressões de valores sociais mais do que ‘criações’ absolutamente individuais” e que “imaginários sociais são refletidos (e produzidos) por imagens publicitárias”, de acordo com Carmen Rial (1999, p.232). Adoto, portanto, o conceito de imaginário e imagens que a autora apresenta no artigo científico *Japônês está para TV assim como mulato para cerveja*, em que Rial define como:

“Quando digo imagem, quero dizer representação analógica de alguma coisa, um ícone, nos termos de Pierce. Esse é o primeiro significado da palavra. Mas imagem significa também a “ideia mental”, a representação que faço ou tenho de alguma coisa, o seu significado. Desse modo, imagem representação visual (como uma foto, por exemplo) e imagem representação mental, coisa do imaginário, estão intrinsecamente ligadas” (RIAL, 1999, p. 232).

Para Dizard (1998, p.285), “a mídia de massa tem um papel mediador importante a desempenhar para documentar as novas realidades e prover um fórum para discuti-las”. O autor também elenca a importância de pensar as questões relacionadas à tecnologia da informação na medida em que estas podem transformar o modo como o indivíduo enxerga a si mesmo e o mundo ao seu redor.

De acordo com a perspectiva de Dizard (1998, p.267), “a comunicação de massa tem sido definida tradicionalmente como produção, reprodução e múltipla distribuição industrializadas de mensagens através de dispositivos tecnológicos”. O desenvolvimento da mídia eletrônica apresenta-se de diversas formas. Para tanto, faz-se necessário entender quais são as características da publicidade governamental na TV e como o discurso publicitário atua na construção de identidades sociais.

#### **4 Infância e prevenção à saúde: direitos cerceados pelo racismo**

Com o objetivo de estimular a doação de leite materno, a Secretaria de Saúde do Distrito Federal lançou, em 2013, como parte da campanha, um filme publicitário de 30 segundos para veiculação em emissoras de televisão. As imagens do vídeo apresentam dez bebês, dos quais apenas um é negro. Ou seja, o representante do grupo racial negro corresponde a 10% do conjunto. Ao longo do filme, é possível notar que o tempo de



exposição da imagem da criança negra é inferior ao das não-negras, assim como o posicionamento espacial é diferenciado. O tempo total de cenas em que o bebê negro aparece, incluindo as cenas com não-negros, é de 7 (sete) segundos, sendo que a criança aparece sozinha, em posição central na tela, apenas uma vez, durante o tempo de 1 (um) segundo. Na maioria das cenas em que o bebê negro aparece, é evidente a sua posição à margem, quase nunca na posição central, em que protagonizam os bebês brancos. É importante ressaltar que no vídeo aparece um bebê asiático pelo curto tempo de 1 (um) segundo, este não também não tem papel de protagonista nas cenas.

Apesar de negras e negros representarem 57,52% da população do Distrito Federal, o vídeo da campanha de aleitamento materno não atende à proporcionalidade, em número de crianças negras, em relação ao real número de mulheres e homens negros no DF, de modo que a representação não é equitativa. Por meio da análise do filme em questão, percebe-se que para além da não representação numérica, existe outro modo de manutenção de hierarquia que pode ser observada. É o discurso da legitimação da branquitude, aplicado ao reforço de hierarquização racial que atribui ao branco um status de poder simbólico e superioridade. Ao negro, subalternidade e atuação coadjuvante. Portanto, ocorre a rejeição de alteridade como preconiza Muniz Sodré (1999, p.263) em *Claros e escuros – identidade, povo e mídia no Brasil*: “a cor branca extrai a sua hegemonia do fato de deixar presente na realidade inteira do indivíduo – seja ele rico ou pobre – a possibilidade de exercício de uma dominação, já que as identidades constroem-se no interior de relações de poder assimétricas”.

Na cena mais emblemática do vídeo, todos os dez bebês aparecem ao mesmo tempo e em um quadro só. Nesse momento, é visível a marginalização da única criança notavelmente negra, pois ela aparece no extremo canto direito com pouquíssima visibilidade. Desse modo, vale trazer as palavras de Thompson ao afirmar que, no mundo moderno, lutas por reconhecimento são também lutas por visibilidade, e que “o desenvolvimento dos movimentos sociais, [...] fornecem amplo testemunho de que as reivindicações de grupos até então subordinados ou marginalizados só se conquistam através de lutas pela visibilidade na mídia” (IDEM, 2008, p. 215). Essa luta por visibilidade igualitária é relevante na medida em que se constroi a identidade positiva do povo negro. Nesse sentido, Rial (1999, p. 247) afirma que “a publicidade é um dos fatores que hoje contribuem para a construção de identidades subjetivas: imaginários e identidades sociais são refletidos (e produzidos) por imagens publicitárias”.



É possível notar que a iniquidade no setor de saúde, reproduzida pela comunicação publicitária, é o resultado direto do racismo presente na sociedade brasileira, na medida em que os fatores sociais, fomentados pelo sistema e pela ideologia do racismo, são devastadores nos direitos da população negra no que tange ao acesso, prevenção e tratamento de saúde. Na publicidade, isso é reiterado nas representações, enquadramentos e discursos. De acordo com a médica e especialista na Política Nacional de Saúde Integral da População Negra<sup>6</sup>, Jurema Werneck, os impactos na obstrução desses direitos são “menor expectativa de vida, maiores taxas de mortalidade, maior risco de adoecer e morrer por doenças evitáveis” (CRIOLA, 2007, p.4). É nesse contexto que surge a mobilização política em torno a saúde da população negra, uma resposta do Movimento Negro para agrupar e destacar três aspectos do processo de saúde e doença: a política, a ciência e a cultura afro-brasileira.

A dimensão política da comunicação está calcada no direito da pessoa humana de pronunciar-se publicamente sem desigualdade de poder. Nesse sentido, a voz do cidadão e da cidadã é o que promove mobilização social e fomenta mudanças tanto culturais quanto sociopolíticas. Portanto, a comunicação representa um forte aliado da cidadania ativa, em prol de práticas mais democráticas e que fomentem a discussão acerca da inserção do componente racial nas pautas das políticas públicas de saúde no Brasil (DUARTE, 2009).

Ainda que o cidadão e a cidadã possuam o direito de se manifestarem e ser ouvidos, o direito à comunicação vai além do acesso aos meios. Transcende as barreiras do processo comunicativo, atuando, inclusive, como emissores ativos dentro do processo midiático. No entanto, a realidade brasileira é bem diferente. A concentração de mídia em torno de pouco mais de dez famílias estrangula o surgimento e a estruturação de outros sistemas de comunicação cruciais para democracia e a cidadania, tais como público, comunitário e educativo (LIMA, 2001). O que se verifica no Brasil é um grupo elitista e oligárquico, atrelado ao poder político representativo e econômico, como detentor do poder midiático do país inteiro.

A liberdade de expressão e de informação é um direito que não pode pertencer a uma minoria de poder, mas a todos os indivíduos, como preconiza a Declaração

---

<sup>6</sup> Foi instituída, pelo governo federal, em 2007 após longos debates e articulações protagonizadas pelo Movimento Negro, em especial, mulheres negras. A execução da Política está sob a responsabilidade do Ministério da Saúde. Documento disponível em: <[http://bvsm.sau.gov.br/bvs/publicacoes/politica\\_nacional\\_saude\\_populacao\\_negra.pdf](http://bvsm.sau.gov.br/bvs/publicacoes/politica_nacional_saude_populacao_negra.pdf)>. Acesso em: 31 mar. 2014.



Universal dos Direitos Humanos<sup>7</sup> no artigo XIX: “Toda pessoa tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras”. Dessa forma, é necessário pensar políticas públicas que assegurem o acesso à saúde pela população negra, como prevê o artigo XXV da DUDH: “toda pessoa tem direito a um padrão de vida capaz de assegurar a si e a sua família saúde e bem-estar, inclusive alimentação, vestuário, habitação, cuidados médicos e os serviços sociais indispensáveis [...]”.

Atingidos pelo racismo na comunicação publicitária, como resultado de decisões políticas e técnicas dos formuladores de campanhas (em geral, órgãos públicos e agências de comunicação), esses dois direitos humanos caem por terra, vulnerabilizando a saúde da população negra – nas diferentes etapas da vida – e descumprindo os três princípios do Sistema Único de Saúde (SUS)<sup>8</sup>: universalidade, equidade e integralidade. Sobre a campanha aleitamento materno 2013, de autoria da SESDF, é ultrajante a maneira como os direitos da população negra à saúde e à comunicação são desconstituídos pela representação inferiorizada, desvalorizada e deslocada do bebê negro. Em âmbito político, a saúde negra é tratada com parcialidade, iniquidade e desintegração, o que demonstra a urgência de estudos acadêmicos sobre a publicidade governamental e a representação negra.

### **Considerações finais**

Em um país caracterizado pela diversidade racial e prevalência negra<sup>9</sup>, é imprescindível que os meios de comunicação retratem de forma equilibrada os grupos étnicorraciais. Desse modo, a pluralidade étnicorracial inserida nos meios de comunicação atua na construção social, já que contribui para que as pessoas

---

<sup>7</sup> A Declaração Universal dos Direitos Humanos (DUDH) é o documento que delinea os direitos humanos básicos, foi adotada pela Organização das Nações Unidas (ONU) em 10 de dezembro de 1948. Disponível em: <[http://unicrio.org.br/img/DeclU\\_D\\_HumanosVersoInternet.pdf](http://unicrio.org.br/img/DeclU_D_HumanosVersoInternet.pdf)>. Acesso em: 29 mar. 2014.

<sup>8</sup> Está instituído pela Lei nº 8080, de 19 de setembro de 1990, por decreto presidencial na sanção de iniciativa do Congresso Nacional. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/18080.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18080.htm)>. Acesso em: 31 mar. 2014.

<sup>9</sup> Conforme dados do IBGE, a população negra – composta por pretos e pardos – compõem 50,7% (96,7 milhões) da população brasileira. Brancos somam 47,7% (91 milhões). Amarelos 1,1% (2 milhões) e indígenas 0,4% (817,9 mil). Disponível em: <<http://www.meionorte.com/edilsonnascimento/censo-do-ibge-2010-declara-que-negros-sao-maioria-no-pais-163464.html>>. Acesso em: 03 nov. 2013.



identifiquem e fortaleçam a própria identidade. Mas o que se tem visto, em geral, é a prevalência de padrões hegemônicos na mídia brasileira, que dissemina valores de um determinado biotipo humano mantenedores da exaltação à branquitude, relegando a negros e negras a desigual e discriminatória representação midiática.

Seguindo os propósitos da área de estudo comunicação e saúde, crucial é depreender o papel da comunicação na ampliação dos direitos de cidadania – no caso da saúde, acesso, prevenção e tratamento - ou manutenção da exclusão negra, incidindo sobre o direito à comunicação e o direito à saúde. Neste direito humano, a eliminação da presença ou subordinação de representação pode trazer danos irreparáveis à população negra. Ou seja, a falta de identificação e compreensão das mensagens de comunicação em decorrência do racismo na mídia tende a reduzir os potenciais de cuidados com a saúde, objetivo master das peças de divulgação de massa.

Este artigo evidencia outra dimensão do chamado racismo na saúde (racismo institucional), em que a comunicação exerce papel fundamental para a convocação de diferentes públicos para o acesso a cuidados, tratamentos e prevenção, a exemplo da campanha de aleitamento materno do GDF. Lugares de negros e brancos, assim como nos diversos campos da vida social brasileira, continuam a ser determinados pelo racismo na publicidade governamental, ampliando o raio de interferência sobre quem deve ter cuidados, qualidade de vida e tratamentos de saúde pública.

## REFERÊNCIAS

BENTO, Maria Aparecida Silva. **Branqueamento e branquitude no Brasil**. Disponível em: <[http://www.ceert.org.br/premio4/textos/branqueamento\\_e\\_branquitude\\_no\\_brasil.pdf](http://www.ceert.org.br/premio4/textos/branqueamento_e_branquitude_no_brasil.pdf)>. Acesso em: 18 set. 2013.

CARNEIRO, Sueli. **Movimento negro no Brasil: novos e velhos desafios**. Caderno CRH, Salvador, n.36, p.209-215, jan/jun. 2002.

\_\_\_\_\_. **Mulheres em movimento**. Estudos Avançados, São Paulo, v. 17, n. 49, p. 117-132, 2003.

CODEPLAN (Companhia de Planejamento do Distrito Federal). **Análise das relações de raça/cor: Pesquisa de distrital por amostra de domicílios - PDAD 2010/2011**. Brasília, 2012. 21 p. Disponível em: <[http://www.codeplan.df.gov.br/images/CODEPLAN/PDF/Análise das Relações de Raça-Cor - Relatório Técnico.pdf](http://www.codeplan.df.gov.br/images/CODEPLAN/PDF/Análise%20das%20Relações%20de%20Raça-Cor%20-Relatório%20Técnico.pdf)>. Acesso em: 12 out. 2013.

DIZARD, Wilson Junior. **A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação**. 2. ed. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar, 1998.



DUARTE, Márcia Yukiko Matsuuchi. Comunicação e cidadania. In: DUARTE, Jorge (Org.). Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2009, p.95-115.

FANON, Frantz. **Pele negra, máscaras brancas**. Salvador: Edufba, 2008.

\_\_\_\_\_. **Os condenados da terra**. 2. ed. Juiz de Fora: UFJF, 2013.

GONZALEZ, Lélia; HASENBALG, Carlos. **Lugar de Negro**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1982.

IBGE. **Brasília - aspectos históricos**. Disponível em:

<<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/dtbs/brasil/brasil.pdf>>. Acesso em: 13 out. 2013.

OGOT, Bethwell Allan. (Brasil). **Ministério da Educação do Brasil (Ed.). História Geral da África V: África do século XVI ao XVII**. Brasília: Unesco, 2010. 1208 p. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001902/190253por.pdf>>. Acesso em: 19 nov. 2013.

RIAL, Carmen Sílvia. **Japonês está para TV assim como mulato para cerveja: imagens da publicidade no Brasil**. In: ECKERT, Cornelia; MONTE-MÓR, Patrícia (Org.). Imagem em foco: novas perspectivas em antropologia. Porto Alegre: UFRGS, 1999.

SANTOS, Milton. **A urbanização brasileira**. 5. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2009.

STEINGERBER, Marília. **Formação do Aglomerado Urbano de Brasília no Contexto Nacional e Regional**. In: PAVINI, Aldo (Org.). Brasília - gestão urbana: conflitos e cidadania. Brasília: Universidade de Brasília, 1999. Cap. 1. p. 23-53.

SILVEIRA, Denise Prudente de F. **Gestão territorial do distrito federal: trajetórias e tendências**. In: PAVIANI, Aldo (Org.). Brasília - gestão urbana: conflitos e cidadania. Brasília: Universidade de Brasília, 1999. Cap. 6. p. 145-166.

SILVA, Paulo Vinicius Baptista da; SANTOS, Wellington Oliveira dos; ROCHA, Neli Gomes. **O negro na TV pública brasileira: Racismo discursivo, legislação e proposições para a televisão pública brasileira**. São Paulo: Fundação Cultural Palmares, 2010. 32 p.

SODRÉ, Muniz. **Claros e escuros: identidade, povo e mídia no Brasil**. 2a. Ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 10. ed. Petrópolis: Vozes, 2008. 261 p. Tradução de: Wagner de Oliveira Brandão.

WERNECK, Jurema. Introdução. In: CRIOLA (Org.). **Participação e Controle Social para Equidade em Saúde da População Negra**. Rio de Janeiro: Criola, 2007. Disponível em: <[http://www.criola.org.br/pdfs/publicacoes/controle\\_social.pdf](http://www.criola.org.br/pdfs/publicacoes/controle_social.pdf)>. Acesso em: 29 mar. 2014.