



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS- CCH
PROGRAMA DE POS GRADUAÇÃO EM LETRAS-PGLetras
MESTRADO ACADÊMICO EM LETRAS

ANA LOURDES QUEIROZ DA SILVA

O CÔNCAVO E O CONVEXO: uma história do negro pelo viés da publicidade

São Luís

2017

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS- CCH
PROGRAMA DE POS GRADUAÇÃO EM LETRAS-PGLetras
MESTRADO ACADÊMICO EM LETRAS

ANA LOURDES QUEIROZ DA SILVA

O CÔNCAVO E O CONVEXO: uma história do negro pelo viés da publicidade

São Luís

2017

ANA LOURDES QUEIROZ DA SILVA

O CÔNCAVO E O CONVEXO: uma história do negro pelo viés da publicidade

Dissertação de Mestrado em Letras, apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Letras-PGLetras, da Universidade Federal do Maranhão como requisito para a obtenção do título de Mestre em Letras.

Linha de Pesquisa: Discurso, Literatura e Memória

Orientadora: Prof^a Dr^a Marize Barros Rocha Aranha
Coorientadora: Prof^a Dr^a Sônia Maria Correa Pereira Mugschl

São Luís

2017

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Núcleo Integrado de Bibliotecas/UFMA

QUEIROZ DA SILVA, ANA LOURDES.

O CÔNCAVO E O CONVEXO : uma história do negro pelo viés da publicidade / ANA LOURDES QUEIROZ DA SILVA. - 2017.
141 p.

Coorientador(a): Sônia Maria Correa Pereira Mugschl.

Orientador(a): Marize Barros Rocha Aranha.

Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Letras/cch, Universidade Federal do Maranhão, SAO LUIS, 2017.

1. Ethos discursivo. 2. História. 3. Negro. 4. Práticas discursivas. I. Barros Rocha Aranha, Marize. II. Correa Pereira Mugschl, Sônia Maria. III. Título.

ANA LOURDES QUEIROZ DA SILVA

O CÔNCAVO E O CONVEXO: uma história do negro pelo viés da publicidade

Dissertação de Mestrado em Letras, submetida ao Programa de Pós-Graduação em Letras-PGLetras, da Universidade Federal do Maranhão como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Mestre em Letras.

APROVADA EM ____/____/____

Examinada por:

Profª Drª Marize Barros Rocha Aranha (Orientadora)
Universidade Federal do Maranhão

Profª Drª Sônia Maria Correa Pereira Mugschl (Coorientadora)
Universidade Federal do Maranhão

Profª Drª Maria José Nélo
Universidade Estadual do Maranhão
Examinador Externo

Prof. Dr. José Dino Costa Cavalcante
Universidade Federal do Maranhão
Examinador Interno

Profª Drª Ilza Do Socorro Galvão Cutrim
Universidade Federal do Maranhão
Suplente

“O cotidiano se inventa com mil maneiras de caça não autorizada”.

(Certeau, 2014, p.38)

DEDICATÓRIA

Agradeço a **DEUS**,
Acima de tudo e de todas as coisas.

DEDICATÓRIA

Ao meu marido, **Josué Viana**, meu incansável companheiro de todas as horas,
pelos quase 25 anos de muito AMOR, incentivo e paciência;

Aos nossos amados filhos, **Joseph Daniel e Josué Filho**, heranças do Senhor e
razão dos meus maiores sorrisos e alegrias;

Aos meus amados pais, **Maria e Acioly**, pela semente que fez em mim florescer
a vontade de nunca desistir, apesar dos grandes temporais;

À minha sogra, **Raimunda Viana**, pelo grande exemplo de força, superação,
apoio e admiração sempre a mim devotados nos dias de luta.

DEDICATÓRIA

Às minhas orientadoras,

Prof^a Dr^a Marize Barros Rocha Aranha e Prof^a Dr^a Sônia Maria Correa Pereira Mugschl, pelo carinho e zelo constantes e por terem sonhado comigo os caminhos que me guiam hoje a mais um degrau na Academia.

AGRADECIMENTOS

Novamente às minhas orientadoras, **Prof^a Dr^a Marize Barros Rocha Aranha e Prof^a Dr^a Sônia Maria Correa Pereira Mugschl**, pelo desafio aceito, por todo o apoio, liberdade e incentivo, durante este trajeto que se consolidou em uma conquista conjunta.

À **Prof^a Dr^a Veraluce da Silva Lima**, coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Letras – PGLETRAS/UFMA, sempre de braços abertos para orientar e apontar erros e acertos de maneira tão incisiva quanto doce: “querida!”...

A todos os professores do PGLETRAS/UFMA que muito contribuíram com as orientações e conhecimentos apresentados ao longo deste trajeto.

Aos colegas desta árdua trajetória, especialmente àqueles que levamos para toda a vida, com quem muito rimos, choramos e nos acolhemos mutuamente: **Rita Cirqueira, Walquíria Pereira e Lívia Gomes**. Tantos sonhos iniciados e muitas realizações guardadas hoje em nosso acervo. Muito obrigada!

Aos colegas do Instituto Federal do Maranhão, *Campus São Luís Monte Castelo*, em especial à **Prof^a Dr^a Paula Araújo**, por todo apoio, respeito e admiração a mim presenteado em cada ação.

RESUMO

Esta pesquisa investiga como o sujeito negro é enunciado dentro da publicidade como um corpo que se materializa e se movimenta, produto de histórias ordinárias que desnudam e transformam uma História oficial. Compreendemos que a tensão entre os *ethé* discursivos, produto de um História oficial e o negro visto de baixo e contado nas narrativas ordinárias, movimentam e revolvem a periferia de um arquivo discursivo que transforma, reativa ou faz desaparecer saberes que circulam socialmente. Tendo como base as orientações da Análise do Discurso e Linha Francesa, sob as orientações de Dominique Maingueneau (1993, 2001, 2005, 2008, 2015) e da Nova História (CERTEAU, 1982, 2014), para o qual a história é uma prática que tem como produto um discurso, a investigação apresenta e analisa peças publicitárias, utilizando para tanto a metáfora do rizoma (DELEUZE, GUATTARI, 1995) para o aporte metodológico, como forma de trabalho na dispersão, alinhavando as dispersões que surgem das fissuras de uma história sem compromisso com a linearidade. Para tanto, as análises foram orientadas, num primeiro momento, por meio das categorias do modo de enunciação e posicionamento, como forma de apresentação e análise quanto ao percurso discursivo; e a seguir, no segundo momento, as peças publicitárias são apresentadas em quadros, observando a organização das séries encontradas a partir do princípio da dissimetria ligada a ordem da gênese, de outra forma, localizando o discurso primeiro e o discurso segundo. A partir deste ponto foi possível vislumbrar as transformações, multiplicações ou concorrência entre os produtos a partir dos acontecimentos. A tensão entre o oficial e as narrativas que nascem “de baixo”, proporcionam o surgimento de uma fronteira onde os *ethé* discursivos são transformados, revolvidos ou quase exterminados na autorização e circulação das múltiplas subjetivações a que o negro está sujeito historicamente.

Palavras-chaves: Negro. *Ethos* discursivo. Práticas discursivas. História.

ABSTRACT

This research investigates how the black individual is enunciated within advertising as a body that materializes and moves, a product of ordinary stories that strip and transform an official History. We understand that the tension between the discursive *ethé*, product of an official History and the black individual seen from below and told in the ordinary narratives, moves and revolves the periphery of a discursive archive that transforms, reactivates or makes disappear knowledge that circulates socially. Based on the French Line of Discourse Analysis, under the guidance of Dominique Maingueneau (1993, 2001, 2005, 2008, 2015) and the New History (CERTEAU, 1982, 2014), for whom history is a practice that has a discourse as the product, this investigation presents and analyzes advertising pieces, using the metaphor of the rhizome (DELEUZE, GUATTARI, 1995) for the metodological contribution, as a form of work in the dispersion, aligning the dispersions that arise from the fissures of a history without compromise with the linearity. In order to do so, the analyzes was be oriented, firstly, through the categories of the mode of enunciation and positioning, as a form of presentation and analysis as to the discursive course; and secondly, the advertising pieces are presented in tables, observing the organization of the series found from the principle of dissimetry linked to the order of genesis, on another way, locating the first discourse of the second one. From this point on it was be possible to glimpse the transformations, multiplications or competition between the products from the events. The tension between the official and the narratives that are born "from below", provides the emergence of a frontier where the discursive *ethé* are transformed, revolved or nearly exterminated in the authorization and circulation of the multiple subjections to which the black individual is subject historically.

Keywords: Black individual. Discursive *Ethos*. Discursive Practices. History.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	12
2	CONSTRUINDO O TRAJETO TEÓRICO.....	17
2.1	Práticas, discurso e interdiscurso.....	17
2.2	Formações discursivas e percursos.....	22
2.3	Uma forma de habitar o mundo: o <i>ethos</i> discursivo.....	25
3	O CÔNCAVO: o percurso discursivo do negro na História Oficial.....	31
3.1	Tecendo novos nós em um arquivo: a ideia de percurso discursivo.....	31
3.2	O percurso discursivo do negro nas séries históricas.....	31
3.3	O século XX no Brasil: de escravo a cidadão.....	37
3.4	Cadê o preto?: o mito da democracia racial no Brasil.....	39
3.5	O negro escravo e cidadão.....	41
4	O CONVEXO: ecos de uma História Ordinária.....	45
4.1	Acontecimento: a pausa na História para rumos clandestinos.....	49
4.2	Práticas cotidianas e a história: ecos de vozes ordinárias.....	56
5	A TENSÃO NA FRONTEIRA ENTRE O CÔNCAVO E O CONVEXO: a produção dos sentidos na análise e discussão dos dados.....	62
5.1	Problema, hipótese e trajeto metodológico.....	62
5.2	Critérios para tratamento dos dados.....	63
5.3	Rizoma: do método à dispersão.....	66
5.4	Uma ordem na dispersão: justificando o método.....	69
5.5	Análise das peças publicitárias.....	69
5.5.1	“Mulata pra fornicar e preta pra trabalhar”: ethos discursivo da mulher negra na publicidade.....	69
5.5.2	“Mostra-me teus cabelos e te direi quem tu és”: a identidade no fio do cabelo.....	81
5.5.3	“Nasceu com um pé na cozinha”: lugares do negro no mundo do trabalho.....	87
6	OS ETHÉ DO NEGRO NAS FISSURAS DA HISTÓRIA: unindo o cômico ao sério.....	98
7	O NEGRO PELO CÔNCAVO E CONVEXO: ensaios para considerações finais.....	109
	REFERÊNCIAS.....	112
	ANEXOS.....	115

1 INTRODUÇÃO

Estudos acerca do negro, nos mais diversos gêneros ou suportes que circulam socialmente, marcam os objetivos científicos de diferentes análises discursivas. Seja por protagonismo na luta pela inclusão do negro na sociedade atual, seja pela constatação de novas políticas e discussões de discussões, a temática apresenta apelo relevante quando os enunciados se voltam para a história do negro no Brasil, marcada discursivamente na publicidade¹

A tarefa inicial desta pesquisa consistia em apreender o *ethos* discursivo do sujeito negro pelo viés publicitário. Ancorados ao panorama de uma perspectiva limitadamente colonialista e, ainda, reféns de blocos finitos de tempo, julgamos os apanhados iniciais, os quais chamamos *corpus*, como respostas aos saberes que achávamos constituir a resposta do que era o sujeito negro no Brasil, neste campo discursivo.

A História Oficial, que estamos denominamos, nesta pesquisa metaforicamente de cômico, velha amiga das narrativas lineares e comprometida com a descrição estrutural dos fatos, inventou um sujeito negro no Brasil. Um estereótipo que se movimentava e se comportava de acordo com os padrões sociais, os quais sempre submeteram o negro à condição de um problema a ser resolvido.

No entanto, ao trilhar trajetórias movediças, também importado das possibilidades da Nova História surgem sinais e terrenos descontínuos, desterritorializando e desestratificando lugares historicamente já cristalizados, por meio das novas formas de contar o cotidiano, o sujeito negro é “reinventado” e materializado, ocupando outros espaços a partir de práticas discursivas que são atravessadas por esses ecos, produzindo discursos outros.

Neste ensejo, surge o fio metafórico que norteia o título desta pesquisa: *O CÔNCAVO E O CONVEXO*. As subjetivações do sujeito negro inscritas historicamente irrompem, portanto, como efeito de sentidos no limiar da fronteira destas partes, momento no qual percebemos que a história vista pelo lado convexo, narrada de baixo, desnuda e transforma a realidade apresentada pela História Oficial, o cômico, história nem sempre vivida quando vista de cima, de forma panorâmica. O sujeito negro é discursivizado como produto de uma história que pensa recobrir todo um trajeto transformado pelo viés ordinário de uma história vista e contada a partir dos acontecimentos que descobrem e autorizam novas

¹ A ideia de publicidade nesta pesquisa não se concentra no âmbito teórico deste saber, mas na observação de um lugar/cena onde as formações discursivas oportunizam as condições de enunciabilidade para, na lateralidade do discurso, analisarmos a evolução do *ethos* discursivo deste campo.

formas de ser e de se movimentar no mundo. O convexo, a história vivida, funciona como holofote que ilumina o côncavo: a história contada.

Estas composições demonstram que não podemos esperar outro destino das produções discursivas, senão uma contínua renovação, ainda que fundamentada na instabilidade que permeia e reinventa os domínios de um arquivo discursivo, a partir dos acontecimentos que brotam da nascente social.

Pesquisar como o negro é enunciado na publicidade e qual corpo é materializado e movimentado historicamente, permitindo o aparecimento de outras identidades, revelou-nos que compreender o ser negro no Brasil, pelas teias da publicidade, evoca a necessidade de visitar um arquivo muito maior que o *corpus* inicialmente coletado: é necessário ouvir vozes de outros entornos, em outras materialidades.

A partir dessa constatação e, sob a orientação da Análise do Discurso de linha francesa (doravante AD), com as contribuições teóricas de Dominique Maingueneau, entre outros, que mantêm como pressupostos centrais, os estudos voltados para a observação das regularidades discursivas constantes nas séries descontínuas a história, questionamos como as práticas discursivas movimentam o lugar o negro contado pelas vozes ordinárias, produzindo na lateralidade do discurso, o *ethos* (identidade dita ou mostrada) que se inscreve na memória coletiva. Perguntamos, ainda, como o *ethos* discursivo é percebido na lateralidade dos discursos que circulam socialmente, autorizando identidades que se inscrevem na teia da memória discursiva.

Compreendemos, desta forma, que observar os possíveis *ethé* que dispersam as percepções sobre o sujeito negro na História significará estabelecerambeamentos que afastarão a categoria do *ethos* da sombra da Retórica, para os domínios da Análise do Discurso.

Dessa forma, a ação voluntária de um sujeito ou o alcance psicossocial estabelecido nos enunciados, com vistas à manipulação de um público, dará lugar à ação da História, que vê os fatos e cima e se acopla a uma Nova História - constituindo novos lugares sociais ocupados por este sujeito.

O *ethos* discursivo, pelo viés da publicidade, dará voz a corpos negros em movimento, ou seja, transitando em espaços sociais, também diferentes, no discurso da História e Nova História; em particular nesta pesquisa, no espaço linguístico e social, que se manifesta pela publicidade, tomada como lugar de expressão desse trajeto discursivo. Dá-se a dispersão histórica que sustenta o *ethos* em corpos caracterizados pelos princípios rizomáticos

ressignificados por meio das enunciações constantes nos mais diversos arquivos que compõem os saberes sobre o negro no Brasil.

Nessa perspectiva, elencamos alguns conceitos fundamentais a fim de aprofundar a análise das regularidades que demonstram esta transformação do objeto, a partir dos seguintes pressupostos teóricos:

- a. Opacidade do discurso que demonstra o produto de uma prática que não é redutível nem a um conjunto de signos e nem tampouco a instâncias psicossociais (FOUCAULT, 2015);
- b. História que se apresenta como uma prática, e o seu resultado, o discurso, como a relação de ambos sob a forma de uma “produção”. (CERTEAU, 1982, p. 32). Mantém ainda, “(...) uma dupla **relação com a descontinuidade** (histórica), suscitando certas linhas de ruptura, eliminando outras”. Oportuniza a observação de regularidades por meio de formações discursivas e que, por sua natureza, distancia-se da ideia tradicional da história. (MAINGUENEAU, 2005, p. 45)
- c. Acontecimento, aquilo que muda a história, pois afeta diretamente as **práticas discursivas** que a movimenta, mudando a direção dos conhecimentos enunciados pelas instituições discursivas, **autorizando, portanto, novos saberes**, novas formas de habitar o mundo, produzindo novos sentidos que se agregam à teia da **memória discursiva sobre o negro no Brasil**.
- d. Percurso discursivo que é definido enquanto uma rede de saberes de diversas ordens extraídas do interdiscurso, sem o compromisso com a totalidade ou com espaços de coerência. (MAINGUENEAU, 2008).
- e. Práticas discursivas que apresentam a reversibilidade e a imbricação entre o social e o textual, no discurso. É a bússola que orientará e autorizará as produções discursivas após o acontecimento.
- f. Arquivo que é uma rede de saberes onde coexistem diversas formações discursivas. Permitirá que a pesquisa não se reduza a espaços ou campos discursivos restritos, privilegiando uma topografia de textos somente, mas as múltiplas trajetórias que circulam em tempos descontínuos. (MAINGUENEAU, 2008).

Definido este pressuposto, sinalizamos que nos serviremos de amostras de arquivos diversos como da publicidade, da literatura e de textos oficiais que compõem o arquivo discursivo do negro no Brasil, em toda a extensão desta pesquisa, seja nos exemplos das categorias apresentadas, bem como na estruturação do trabalho, utilizando-os como títulos de tópicos e subtópicos, no decorrer do desenvolvimento, por exemplo. Nesta senda, adágios populares, textos consagrados da literatura, bem como outros gêneros que, de alguma forma,

consigam captar rizomaticamente² as subjetividades do negro, dispersas na história, servirão de ilustração para compor a tessitura aqui apresentada.

g. Publicidade que é considerada o lugar que se materializam os discursos e as enunciações que dão conta que a subjetividade do sujeito se concentra em transformar consumidores em mercadorias, ainda que, de maneira encoberta e subliminar. (BAUMAN, 2008).

h. Formação discursiva é um conjunto de enunciados desenvolvidos sob uma mesma regularidade, bem como uma dispersão que excede toda a coerência.

i. *Ethos* é o efeito de sentido percebido no segundo plano da enunciação em uma cena enunciativa.

Assim, com auxílio do aporte teórico fornecido pela Análise do Discurso ancorada, sobretudo, nos estudos de Dominique Maingueneau, procuramos, após breve apresentação da pesquisa, nos momentos introdutórios, discorrer acerca das bases teóricas já demarcadas inicialmente. Como a ponta de um *iceberg*, o *ethos* discursivo exige o aprofundamento para bases fundamentais na construção da *episteme* que consolidou a presente pesquisa em torno do sujeito negro, pelo viés da publicidade (Capítulo II).

Pelas bases na AD, a disciplina História também contribui para compreender o solo movediço e eivado por acontecimentos que surgem e autorizam novas práticas discursivas como produtos que circulam socialmente, bem como as opções conceptuais que fundamentam a produção da *episteme*.

Nesta perspectiva, o percurso discursivo, entendido como a rede de saberes de diversas ordens, extraídas do interdiscurso, sem o compromisso com a linearidade, demarca o trabalho de desterritorialização e alinhava o côncavo ao convexo, com isso recobre os multifacetados lugares que o sujeito negro é levado discursivamente a ocupar como produto de acontecimentos, fontes de novas formas de este sujeito movimentar-se historicamente.

Assim posto, a relação entre acontecimento e identidade, leva-nos a contemplar, pelos mais variados trajetos, que o negro, de exótico a mão-de-obra imprescindível, da diferença à desigualdade e/ou de escravo a cidadão, constitui-se em um produto de imbricações que, vez por outra, são revolvidas e deixam mostrar os efeitos de sentidos ainda

² Conceito fundado na Botânica. Quanto a definição, para Deleuze;Guittari (1997, p. 4), um rizoma é definido a partir das ideias de “haste subterrânea distingue-se absolutamente das raízes e radículas. Os bulbos, os tubérculos, são rizomas. Plantas com raiz ou radícula podem ser rizomórficas num outro sentido inteiramente diferente: é uma questão de saber se a botânica, em sua especificidade, não seria inteiramente rizomórfica. Até animais o são, sob sua forma matilha; ratos são rizomas. As tocas o são, com todas suas funções de hábitat(...)O rizoma nele mesmo tem formas muito diversas, desde sua extensão superficial ramificada em todos os sentidos até suas concreções em bulbos e tubérculos. Há rizoma quando os ratos deslizam uns sobre os outros.

adormecidos na periferia destes produtos que são autorizados a circular socialmente (Capítulo III).

Neste trabalho, côncavo e convexo são apresentados numa tensão complementar a partir de múltiplas vozes: a História oficial que cristaliza o lugar do negro escravo, marginalizado e da Nova História que possibilita a esta pesquisa recontar, pela publicidade e por outras materialidades, a condição do negro transitando em outros lugares. (Capítulo IV).

Após as incursões teóricas apresentadas e a descrição do *corpus*, que envolve a publicidade brasileira, são apresentadas as problemáticas iniciais, as hipóteses demarcadas e as categorias de análise desta pesquisa. Este momento justifica o aparecimento de mais uma metáfora: o rizoma, utilizada para explicar a metodologia do trabalho de pesquisa na dispersão discursiva, sinalizadas nos textos publicitários. (Capítulo V).

Isto posto, inauguramos o momento de análise dos recortes discursivos, considerando as descontinuidades históricas, a fim de determinar o percurso temático assumido pelos dados em análise. O capítulo está organizado em quadros comparativos das séries encontradas a partir do princípio da dissimetria ligada a ordem da gênese, ou seja, analisando o discurso primeiro e o discurso segundo. Nesse ponto, é possível vislumbrar as transformações, multiplicações ou concorrência dos produtos discursivos a partir dos acontecimentos, dentro das fissuras de histórias ordinárias. A tensão entre a História oficial e as narrativas que irrompem “de baixo”, proporcionam o surgimento de uma fronteira onde os *ethé* discursivos são transformados, revolvidos ou exterminados na autorização e na circulação das múltiplas subjetivações a que o negro está sujeito historicamente. (Capítulo VI).

No ensaio de um momento final, buscamos lançar a oportunidade de repensar o sujeito negro fora de limites discursivos, pois ao mesmo tempo que as identidades são desterritorializadas e surgem em outras condições de enunciabilidade, também os acontecimentos as fazem ressurgir, tencionando o velho e o novo, o primeiro discurso e o seu Mesmo concorrente, transformando e multiplicando os sentidos, asseverando que os *ethé* discursivos são produtos históricos em constante movimento.

2 CONSTRUINDO O TRAJETO TEÓRICO

2.1 Práticas, discurso e interdiscurso

Partindo das possibilidades de articulação entre o funcionamento de uma rede de instituições do saber e o discurso, desenvolvemos esta pesquisa, ancorados na visão de uma disciplina dita “permeável”, a história, a partir dos postulados de Michel de Certeau:

É possível analisar o discurso histórico independentemente da instituição em função da qual ele é organizado em silêncio; ou pensar em uma renovação da disciplina que seja assegurada apenas pela modificação de seus conceitos (CERTEAU, 1982, p. 71).

Dito de outra forma, sob a perspectiva da AD, o discurso não deve ser vislumbrado como um compêndio de textos prontos à espera de constatações acerca de espaços reticentes e lacunares, mas como produto de uma prática discursiva:

Nestas condições, a pesquisa de Michel de Certeau sobre a historiografia, mesmo não se inscrevendo no quadro de uma teoria explícita, mostra-se mais próxima das preocupações da AD. (...) parte do princípio que não é possível compreender o discurso histórico, desvinculando seu conteúdo das instituições que o produzem. (MAINGUENEAU, 1993, p.58)

Assim, para além do enunciado e da enunciação, percebemos, a partir da visão de prática discursiva, a possibilidade de atrelar tais produtos a uma instituição do saber.

As pesquisas debruçadas sobre os postulados de *Dominique Maingueneau* (1993, 2005) admitem a não existência de uma relação de exterioridade entre o funcionamento do grupo e os discursos produzidos. O que se mostra neste processo é a imbricação entre as coerções que possibilitam a formação discursiva com as que possibilitam a constituição do grupo demonstram que as duas instâncias são conduzidas pela mesma lógica. Para melhor compreensão desta evolução, que resultará na gradativa substituição dos modos de enunciar, recorreremos ao conceito de acontecimento.

Para Foucault (2008), o acontecimento é definido como uma irrupção única e singular em seu momento de produção. Deste modo, as descrições históricas se organizam pela atualização dos saberes que serão mobilizados para a construção de determinados objetos. Assim, nessa rede de acontecimentos, ou seja, nas redes de diversos saberes mobilizados, emergem os discursos.

Por mais banal que seja, por menos importante que o imaginemos em suas consequências, por mais facilmente esquecido que possa ser após sua aparição, por menos entendido ou mal decifrado que o suponhamos, **um enunciado é sempre um**

acontecimento que nem a língua nem o sentido podem esgotar inteiramente. (...) em seguida, porque é único como todo acontecimento, mas está aberto à repetição, à transformação, à reativação; finalmente, porque está ligado não apenas a situações que o provocam, e a consequências por ele ocasionadas, mas, ao mesmo tempo, e segundo uma modalidade inteiramente diferente, a enunciados que o precedem e o seguem. (FOUCAULT, 2015, p.31 e 32, grifo nosso).

Percebemos, nesta tela, que um acontecimento transforma a História, pois afeta diretamente as práticas discursivas que a movimentam, mudando a direção dos conhecimentos enunciados pelas instituições, autorizando novos saberes, novas formas de habitar o mundo, produzindo novos sentidos que se agregarão à teia da memória.

Estas repetições, transformações e ressignificações dos enunciados, materializados no jamais-dito, surgem como lugar para a dispersão do sujeito em suas novas inscrições discursivas, definidas por Foucault (2015) como formações discursivas:

No caso em que se puder descrever, entre um certo número de enunciados, semelhante sistema de dispersão, e no caso em que entre os objetos, os tipos de enunciação, os conceitos, as escolhas temáticas, se puder definir uma regularidade (uma ordem, correlações, posições e funcionamentos, transformações), diremos, por convenção, que se trata de uma formação discursiva. (FOUCAULT, 2015, p. 43)

Para o pesquisador, defrontar-se com a AD, implica compreensão de que o funcionamento discursivo, assim como as condições de enunciabilidade, se articulam à inscrição histórica. Tais pressupostos são aferidos no cotejamento do Outro, uma vez que a análise isolada de um único texto o restringe a si mesmo, enquanto estrutura fechada, ou à língua, enquanto finita. Instauramos então a relação interdiscursiva, entendida enquanto “meio de cultura para proliferação”.

De maneira mais contextualizada, apresentamos a evolução do discurso em torno do negro, a partir da seleção de alguns acontecimentos que transformam os modos de enunciar que circulam socialmente.

A trajetória da publicidade, marcada como instituição discursiva que produz saberes capazes de autorizar conhecimentos diversos que circulam socialmente, mostra uma trilha a ser considerada de um arcabouço secreto, tal como está na História Oficial, a arcabouços mais visíveis, os textos publicitários que se iniciam historicamente, repetindo essa história, mas produzindo um movimento do negro para outros lugares.

Tratado como submisso e bestial, não são raras as vezes que um acontecimento ainda liga a imagem do negro à de um animal. A exemplo disso, citamos o episódio do Jogador Daniel Alves, em abril de 2014, alvo de uma suposta atitude racista na Espanha: um torcedor jogou uma banana no campo que imediatamente fora comida pelo jogador:

Daniel Alves come banana jogada por torcedor em jogo do Barcelona

Ato racista ocorreu na vitória sobre o Villarreal por 3 a 2

Figura 1: Fonte: <http://oglobo.globo.com/esportes/daniel-alves-come-banana-jogada-por-torcedor-em-jogo-do-barcelona-12314451>

A partir desse acontecimento, mitos antigos foram revisitados e reatualizados em diversas materialidades e suportes sociais. E a ideia de comparar o negro ao macaco volta à tona, lembrando-nos de um passado regado à violência e ao descaso. A convergência de diversas instituições discursivas, produtoras do saber, autorizaram novos sentidos para o ser negro na sociedade brasileira, tratando a condição, neste momento, com indiferença e resignação como marca de protesto. Desde os saberes populares produzidos no seio da instituição familiar:



Figura 2: Fonte: <http://oglobo.globo.com/esportes/daniel-alves-come-banana-jogada-por-torcedor-em-jogo-do-barcelona-12314451>

Até a atitude de irmanar-se com o ataque e também transformar-se em um primata, por solidariedade:



Figura 3: Fonte: <http://oglobo.globo.com/esportes/daniel-alves-come-banana-jogada-por-torcedor-em-jogo-do-barcelona-12314451>

A propósito disso, outras materialidades surgiram na publicidade, ou pela ratificação desta mesma ideia:



Figura 4: Fonte: <http://hashtag.blogfolha.uol.com.br/2014/04/28/huck-e-criticado-por-usar-campanha-somostodosmacacos-para-vender-camiseta/>

Ou pelo contra discurso, empoderando a figura do negro e evocando outros acontecimentos que autorizaram o discurso da liberdade a circular:



Figura 5: Fonte: <http://hashtag.blogfolha.uol.com.br/2014/04/28/huck-e-criticado-por-usar-campanha-somostodosmacacos-para-vender-camiseta/>

Constatamos, portanto, que o universo discursivo onde estão operando esta rede de instituições e os saberes discursivos, movimentados por práticas sociais podem ter seu funcionamento alterado pelo acontecimento. Acerca deste movimento Maingueneau (1993) afirma:

Não se dirá, pois, que o grupo gera um discurso do exterior, mas que a instituição discursiva possui, de alguma forma duas faces, uma que diz respeito ao social e a outra, à linguagem. A partir daí as formações discursivas correntes em uma

determinada área também se opõem pelo modo de funcionamento dos grupos que lhes são associados. (MAINGUENEAU (1993, p.55)

É preciso pontuar que, quanto a esta instituição do saber, onde são autorizados os discursos que circulam socialmente, não funcionam como meros suportes transparentes que produzem enunciados de acordo com certos códigos. Não trilharemos o itinerário proposto pelas máquinas ideológicas. Não dispomos de informações iniciais sobre escritores e destinatários e, nem de instituições mediadoras, para então colocarmos enunciados em circulação. Tudo emerge ao mesmo tempo, a partir do aparecimento de um novo acontecimento. Assim, a prática discursiva movimenta a história que autorizará novos discursos, novas formas de habitar o mundo.

Se esta rearticulação é realizada, a noção de formação discursiva, a partir de então parece ineficiente para designar as duas vertentes da atividade discursiva. Como o termo “instituição discursiva” apresenta o inconveniente de privilegiar os aparelhos e de poder referir unicamente ao aspecto enunciativo, falaremos de prática discursiva para designar esta reversibilidade essencial entre as duas faces social e textual, do discurso. (MAINGUENEAU, 1993, p. 56).

A partir destes pressupostos apresentados, Dominique Maingueneau (1993) propõe a reformulação da ideia de relações discursivas, proposta por Michel Foucault, que utiliza a noção para referir-se “ao sistema que, no interior de uma formação discursiva dada regula a dispersão dos lugares institucionais possíveis de serem ocupados por um sujeito da enunciação”. (MAINGUENEAU, 1993, p.56).

Para Maingueneau (1993), a noção de prática discursiva integra por um lado a formação discursiva e, por outro, o grupo ou a organização de grupos no interior dos quais as formações discursivas são produzidas, dito de outra forma, as comunidades discursivas. O autor ressalta que o termo ora forjado não deve ser entendido de forma excessivamente restritiva, ou relacionado unicamente aos grupos (instituições ou relações entre agentes), mas também a tudo o que estes grupos consideram do plano da organização material.

Essas reflexões sobre a relação entre semântica do discurso e instituição nos conduzem, pois, a tomar distância em relação à ideia segundo a qual ela seria um simples “suporte” para as enunciações que seriam fundamentalmente exteriores a ela. Ao contrário, parece muito claro que essas enunciações são parte da mesma dinâmica que a instituição. **Não se poderia, pois, fazer funcionar aqui o esquema de tipo “infraestrutura”, sendo o discurso a causa e o discurso seu reflexo ilusório. A organização dos homens aparece como um discurso em ato, enquanto que o discurso se desenvolve sobre as próprias categorias que estruturam essa organização.** (MAINGUENEAU, 2005, p. 134, grifo nosso).

De outro modo, pensar na mudança e dominação discursiva de um campo, imbricada às mudanças simultâneas dos espaços institucionais, resultará em uma série de

evoluções dos enunciados e enunciadore. Assim teremos um todo produzido pela prática discursiva que definirá, como produto, os modos de enunciar.

Assim, a passagem de um discurso a outro vai além de uma simples mudança de conteúdo; supõe uma estruturação diferente do universo do legível (...) eles definem estatutos enunciativos específicos, indissociáveis do conteúdo e da enunciação dos seus textos. (MAINGUENEAU, 2005, p. 136).

Assim, quando observamos a campanha publicitária, da empresa *Kumasi*, sob o mote “*Se a coisa tá preta, então a coisa tá boa*”, o campo da publicidade de ideias utiliza saberes autorizados por práticas discursivas e trazem à tona debates em torno de expressões racistas que circulam em comunidades discursivas. Sob a orientação da expressão “*Enegrecer ideias*”, um arquivo de adágios segregadores é revisitado, com vistas ao combate do discurso racista.

Dentro do universo discursivo, onde nos propomos a trabalhar, saberes autorizados, que ditam o poder de enunciação e de silêncio dentro da sociedade, a expressão “*a coisa tá preta*” evoca uma rede de sentidos negativos, como o luto, dificuldades.

Historicamente, a cor preta, ligada ao luto, ganhou popularidade no século XVI, em Portugal. O burel (cor branca) antes competia com o dó (cor preta), como as cores pelas quais o luto era representado. Nas antigas missas, quem não possuía o preto para representar o luto, utilizava o branco: daí surge a expressão “*a coisa tá preta, pintadinha de branco*”, ou seja, além da desolação da morte, a pobreza ainda era um fator negativo a mais a ser administrado.

Assim, a partir do momento que estas evoluções são percebidas no modo de enunciar um discurso já existente, ao mesmo tempo, toda a massa documental que advém a partir destas práticas históricas, remete a negritude, a uma maneira diferente de enunciar a situação de pobreza, dor e inferioridade.

Somente a partir de acontecimentos de ordem sócio-histórica, que se materializaram em instrumentos de regulamentação, como as leis, foi que o negro começou a figurar de maneira valorizada no cenário publicitário.

2.2 Formações discursivas e percursos

A noção de formação discursiva (FD) dentro da Análise do Discurso de Linha Francesa, muito valorizada na década de 1980, tem em suas nebulosas bases a importância que constitui a natureza da própria AD.

Situada em um âmbito de dupla paternidade, assim mesmo definido por Maingueneau (2008), encontrou em Pêcheux e Foucault a preservação de unidades que mobilizam a AD e suas inconsistências.

Em *Arqueologia do Saber*, Michel Foucault apresenta a noção de FD dentro de uma relação de regras e dispersão:

No caso de se poder descrever entre certo número de enunciados, semelhante sistema de dispersão, no caso de poderem entrar os objetos, os tipos de enunciação, os conceitos e as escolhas temáticas, de definir uma regularidade (uma ordem, correlações, posições e funcionamentos, transformações), dizemos, por convenção, que se trata de uma formação discursiva (FOUCAULT, 2015, p. 43).

Retomando esta ideia, a FD é definida por Foucault “como um conjunto de enunciados desenvolvidos sob uma mesma regularidade, bem como uma dispersão que excede toda a coerência”. (MAINGUENEAU, 2008, p. 13).

Sob o enfoque de Pêcheux, para quem o termo é tomado por empréstimo de Foucault, há uma filiação a um maquinário ideológico que define ações coercitivas sobre o aparato linguístico, apontando o que pode e deve ser dito, atribuindo, assim, uma forma ao sujeito. Daí a utilização dos termos formação social e formação ideológica que apoiam a AD desenvolvida como a posição do sujeito que é inscrita no espaço da luta de classes, diferente de posicionamento³ definido no interior de um campo discursivo (MAINGUENEAU, 2008).

O entendimento da noção de AD traz à tona a possibilidade de pesquisa, considerando a construção de *corpora* heterogêneo, estabelecendo assim a multiplicidade de fronteiras por onde o sentido tende a transformar-se e a subverter-se.

Quanto a essa ideia Maingueneau (2008) expõe:

A sociedade está permeada de conjuntos de palavras que, embora não tenham um lugar determinado, **são mobilizadoras: o sentido é fronteira e subversão, negociação entre pontos de estabilização da fala e forças que excedem toda localidade.** (MAINGUENEAU 2008, p.26)

Para Maingueneau (1993, p.32), a definição de FD também é marcada pela noção de lugar ou cena, “traço essencial segundo o qual cada um alcança sua identidade”. Essa ideia, fundamentada nos postulados de Michel Foucault, mostra-nos que, em termos de FD, é possível “determinar a posição que pode e deve ocupar cada indivíduo para ser sujeito”.

Dito isto, é importante ressaltar que a teoria do discurso, nessa perspectiva, não é uma teoria de um sujeito cartesiano e situado, mas sim, um processo intrincado à instância da enunciação e, ao mesmo tempo, um efeito do enunciado (MAINGUENEAU, 1993).

³ Este termo é utilizado em alternada substituição da expressão Formação Discursiva por Maingueneau (2008), justificado pela incapacidade de um estatuto claro para a ideia.

Para Maingueneau (1993), a partir deste ideário é pontuado o conceito de subjetividade enunciativa, sob os seguintes vieses: “(...) por um lado, ela constitui o sujeito em sujeito do seu discurso, por outro, ela assujeita. Se ela submete o enunciador a suas regras, ela igualmente o legitima, atribuindo-lhe a autoridade vinculada institucionalmente a este lugar”.

Desse modo, é possível desconstruir todo e qualquer fundamento dentro de uma concepção retórica, ou seja, aquela que propõe aos indivíduos um repertório de atitudes ou estratégias com vistas à administração consciente da comunicação e de seus efeitos.

Nesse sentido, Maingueneau (1993) atesta não ser possível “(...) definir nenhuma exterioridade entre os sujeitos e seus discursos”, uma vez que ambos são resultantes da imbricação do processo discursivo que faz convergir História e instituições discursivas.

Com efeito, parece-nos pertinente ressaltar, que ao falar de FD, na verdade, lançamos mão da ideia de percurso, essa ideia fundada nos ideários de Maingueneau para AD, extrai do interdiscurso o estabelecimento em rede de unidade diversas, as quais permite-nos desestruturar fronteiras ou unidades instituídas, a fim de “fazer aparecer relações invisíveis, particularmente próprias às interpretações fortes”. (MAINGUENEAU, 2008, p.23).

Não longe dessa ideia, sentidos sobre o negro subalterno, promíscuo ou marginal, são guardados no percurso discursivo aqui trilhado, seja nos personagens conceituais cristalizados na literatura, ou ainda, retomados nos adágios populares que estereotipam o negro, e que ainda circulam na concepção de uma identidade subserviente, como um pedido de permissão para habitar em um mundo idealizado branco em sua totalidade. Percebemos em algumas peças publicitárias a incursão que ratifica a ideia de subalternidade:



Figura 6: Fonte: http://www.em.com.br/app/noticia/economia/2012/03/09/internas_economia,282515/anuncio-do-azeite-gallo-acusado-de-racismo-tera-de-ser-alterado.shtml

Nessas condições, a peça publicitária sobre o azeite Galo (figura 6) é povoada por FDs fundadas em condições de enunciabilidade, as quais colocam o negro no lugar histórico de subalterno. Esta concepção é construída ao confrontarmos os enunciados rico/claro X

escuro/segurança, trazendo os sentidos de um sujeito negro que existe para servir o rico e o branco. Tal publicidade povoa o arquivo como uma materialidade pela qual as subjetividades são cristalizadas e autorizadas a circular, delineando o lugar e determinando as múltiplas identidades que o sujeito negro ocupará dentro de um percurso discursivo.

Ainda acerca da relação da noção de FD e da subjetivação dos sujeitos em meio ao processo discursivo, autorizando saberes a circular socialmente, Maingueneau (1993, p.59) pontua a mutabilidade quanto ao caráter das identidades produzidas, pois “(...) propõe a positividade de um lugar no qual o discurso se articula sem, no entanto, reduzir-se a ele”. Percebemos que o enunciado em uma cena traz à tona marcas de um lugar suscetível a infinitas transformações.

Ou seja, a publicidade apenas aponta para um possível lugar onde a identidade do negro é construída em um dado momento da história. O negro torna-se, nesta cena, produto de um lugar e de um tempo que, fatalmente, pode passar, deixando na trilha do seu percurso o rastro do poder do acontecimento, mudando as práticas discursivas, seus produtos e, portanto, uma história.

2.3 Uma forma de habitar o mundo: o *ethos* discursivo

Do trajeto da Retórica Clássica à Análise do Discurso, os estudos sobre o *ethos* têm sua gênese a partir de Aristóteles, demarcando que, a noção em tela, corresponde à imagem de si que o locutor projeta em seu discurso, com vistas a causar impacto e a suscitar a adesão do interlocutor.

O reaparecimento da noção de *ethos*, a partir da década de 80, abordando, sobretudo, às problemáticas relativas aos discursos, fez com esta categoria assumisse o primeiro plano bem longe do quadro retórico, no qual primeiro foi pensado. A partir de 1984, Maingueneau associou a categoria dentro do quadro da Análise do Discurso.

Segundo Maingueneau (2015, p.11), “(...) o interesse crescente pelo *ethos* está ligado a uma evolução das condições do exercício da palavra publicamente proferida, particularmente, com a pressão das mídias audiovisuais e da publicidade”. O foco das análises discursivas migra “(...) das doutrinas e aparelhos que os relacionavam a uma apresentação de si, e passam para o *look*”.

A categoria passa a ser entendida como o processo de subjetivação que pressupõe a movimentação do corpo imaginário:

O que fica especialmente claro no domínio da publicidade, em que passamos do mundo da “propaganda” ao da “publicidade”: a propaganda desenvolvia argumentos

para valorizar o produto, a publicidade põe em primeiro plano o corpo imaginário da marca que supostamente está na origem do enunciado publicitário. (MAINGUENEAU, 2015, p.11).

Para Maingueneau (2015), uma das dificuldades nesta incursão está no objetivo de estabilização da noção de *ethos*, pelo fato de ser muito intuitiva. Para Auchlin (2001, p. 93), “a noção de *ethos* é uma noção com interesse essencialmente prático e não um conceito teórico claro (...)”. Desta forma, noção de *ethos* constitui um conteúdo descritivo pouco determinado, remetendo a coisas muito diferentes do ponto de vista daquele que fala e de um intérprete-experenciador:

Mesmo se de um lado, no imaginário da pessoa que fala, há identidade entre a aparência que ela imagina adquirir e aquela que ela adquire na experiência do intérprete e mesmo se, de outro lado, a experiência do intérprete o conduz a identificar com o próprio falante o que ele vê – percebe: o valor prático-didático **a longo termo do *ethos*, se existe um, reside no questionamento dessa identidade imaginária** e não nas regulações que resultam disso. (AUCHLIN, 2001, p. 203, grifo nosso).

Assim, a noção de *ethos* “(...) designa uma certa figuração da fonte causal de um evento enunciativo” (p.203). Entenda-se que a figuração não é uma representação, pois para o autor estas representações interiores podem ser somente “engodos encantatórios”. Nessa perspectiva, o *ethos* apresenta-se paralelo ao entorno, a partir de um acontecimento, evocando lugares e identidades dentro de um arquivo discursivo.

Nesse ensejo, percebemos o efeito *ethos* como resultado das possíveis subjetivações a que o sujeito é submetido. É na relação inconsciente com a memória discursiva, que o sujeito tira as imagens estereotípicas que servirão de matriz para aprovar ou rejeitar as construções de efeito de sentido a partir das materialidades que circulam socialmente.

Para o autor, o *ethos* é “um objeto de aquisição perpétua”, que é encontrado na dimensão reflexiva dos enunciadores, facilitada e colocada em crise quando construída a partir de materialidades. No entanto, é falsa a sensação de domínio de tal aquisição, “(...) pois a realidade do *etos* está na troca e pertence ao interlocutor” (p.204). O *ethos* é lateral, incidente e Peri-focal e “(...) **não saberia sozinho ocupar legitimamente o campo da consciência sem cessar de ser efeito de *ethos***”. (AUCHLIN, 2001, p. 203, grifo nosso).

O *ethos* é descrito por Auchlin (2001, p. 209) como um fantasma do sujeito falante, ser histórico e exterior à fala, uma ilusão deste, percebido ou não como um holograma experiencial, resultante do tratamento de duas fontes: i) interpretação de dados internos ao

enunciado; ii) tratamento sintomatológico e empático dos fatos externos e contingentes à fala (p.209).

O locutor funciona como uma metáfora econômica, não consubstanciada, portanto uma referência egocentrada da enunciação. É o responsável por ligar a enunciação à conta da instância externa:

Aqui o responsável não é o sujeito falante, o ser empírico, que redigiu materialmente estas palavras, mas a entidade coletiva social acorporal (...) que assina juridicamente.

.....
 O *ethos* tem sua origem numa internalidade do discurso, mas esta não é extritamente intra-verbal e nem poderia sê-lo. **Essa internalidade é experiencial no sentido em que a confiança, a convicção e a persuasão – bases do ethos – não são dados verbais** (AUCHLIN, 2001, p. 216, grifo nosso).

Essa noção de *ethos* permite-nos refletir sobre o processo mais geral de adesão dos sujeitos a certo discurso. A despeito da questão, ainda citamos como percepções fundamentais acerca da categoria em debate: i. o *ethos* é uma noção discursiva, ele se constrói por meio do discurso, portanto não é uma “imagem” do locutor exterior à sua fala; ii. o *ethos* é fundamentalmente um processo interativo de influência sobre o outro; iii. o *ethos* é uma noção fundamentalmente híbrida (sociodiscursiva), um comportamento socialmente avaliado, que não pode ser apreendido fora de uma situação de comunicação, ou seja, precisa estar integrada numa determinada conjuntura sócio-histórica. O *ethos* então se apresenta condensado no interdiscurso, que é materializado pelos textos produzidos, percebidos historicamente na construção das relações de sentido inscritas e percebidas no Outro.

Entre o dito e o mostrado, o *ethos* faz convergir fatores linguísticos e não linguísticos (imagens e enunciados), delineando múltiplos estereótipos, evocados da memória e da história. Deste processo surge o *ethos* efetivo, descrito e explicado no esquema a seguir:

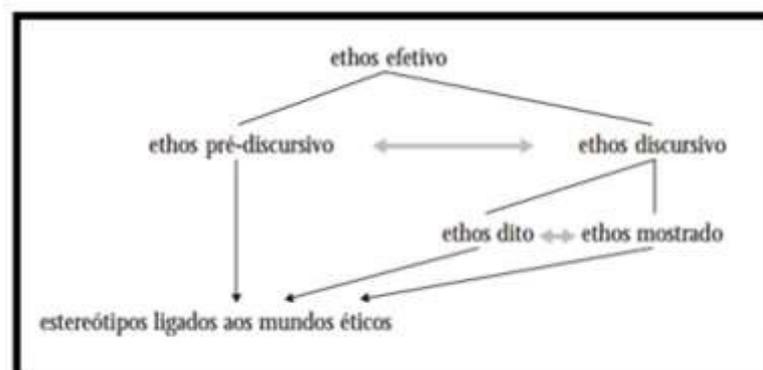


Figura 7: Fonte: O *ethos* discursivo (MAINGUENEAU, 2015)

Notamos que dentro do esquema apresentado, as indicações duplas apontam para um *continuum* impossível de ser constatado na enunciação:

A pessoa que interpreta o enunciado, reconstrói o seu sentido a partir de indicações presentes no enunciado produzido, mas nada garante que o que ela reconstrói coincida com as representações do enunciador. Compreender um enunciado, não é somente referir-se a uma gramática e a um dicionário, é mobilizar saberes muito diversos, fazer hipóteses, raciocinar, **construindo um contexto que não é um dado preestabelecido e estável** (...) O que se quer dizer é que fora do contexto, não podemos realmente falar de sentido de um enunciado, mas, na melhor das hipóteses, de coerções para que um sentido seja atribuído à sequência verbal proferida em uma situação particular, para que esta se torne um verdadeiro enunciado, assumido em um lugar e em um momento específicos, por um sujeito que se dirige, numa determinada perspectiva, a um a vários sujeitos. (MAINGUENEAU, 2001, p.20)

Assim, compreendemos que a interpretação de um enunciado nos faz mobilizar, inconscientemente, inúmeras instâncias, com vistas a sua compreensão. As condições materiais de apresentação, bem como sua fonte enunciativa serão decisivas para a construção deste estatuto. O texto pontua como as condições materiais da apresentação do enunciado interferem de maneira decisiva. Convenções e elementos paratextuais podem ser suficientes para determinar o estatuto do enunciado. É necessário evocar o **interdiscurso**, ou seja, “o conjunto imerso de outros discursos que sustentam o enunciado” (MAINGUENEAU, 2001, p.24), de outra forma, o arquivo. Contextos, momento e lugar de enunciação evocam unidades remissivas, introduzidas anteriormente, que se prestam a retomar saberes anteriores a enunciação, quando constatamos que as subjetividades são alocadas, de forma submissa, pela voz dos acontecimentos que alinhavam uma história de retalhos contada de baixo.

No desenvolvimento de suas pesquisas acerca do *ethos*, Maingueneau lançou mão da ideia-força de formação discursiva, a partir da qual memória, acontecimento e identidade convergem para a formação de “um conjunto de enunciados desenvolvidos sob uma mesma regularidade, bem como uma dispersão que excede toda a coerência”. (MAINGUENEAU, 2008, p. 13).

Partindo do fio desta regularidade, o autor aponta para uma cena, ou seja, um lugar de onde aparecem enunciados em ação, com vistas na construção de um discurso. Surge então o conceito de cena de enunciação⁴, oriundo da ideia inicial de cena, a qual “(,,) propõe

⁴ Apesar do desenvolvimento da teoria do discurso de Dominique Maingueneau apontar para uma subdivisão da cena de enunciação em cena englobante, cena genérica e cenografia, constatamos que nos primeiros momentos de debate, por meio das obras *Novas Tendência em Análise do Discurso e Gênese dos Discursos*, esta concepção mais detalhada é inexistente, a tríade é consubstanciada na palavra CENA. A cena é um lugar onde a enunciação subjetivará o sujeito, ideia muito cara a esta pesquisa, pois paralela a esta cena, onde ocorre a enunciação, estão os efeitos de sentidos denominados *ethos*. Dito isto, pontuamos que não é nosso objetivo abrigar uma discussão de dados a partir dos elementos de uma cena de enunciação, mas simplesmente, considerando um lugar de onde enuncia um sujeito, assujeitado pelas formações discursivas, denominado, *a priori*, cena.

a positividade de um lugar no qual o discurso se articula sem, no entanto, reduzir-se a ele” (Maingueneau, 1993, p.59). O conceito de cena de enunciação evoca novamente este lugar, contemplando. Ainda, os seguintes elementos: i) cena englobante ii) cena genérica e iii) cenografia. A **cena englobante** corresponde ao tipo de discurso presente no gênero (corresponderia à situação de comunicação para a proposição do gênero em debate). Para o autor, a cena englobante e a cena de enunciação “(...) definem o que se poderia chamar de quadro cênico do texto”, ou seja, “define o espaço estável no interior do qual o enunciado adquire sentido” (MAINGUENEAU, 2008, p. 87).

Outra definição tratada é a de **cenografia**. “A cenografia leva o quadro cênico a se deslocar para o segundo plano” (MAINGUENEAU, 2008, p. 87). Dentro da publicidade, o enunciador vai atraindo a adesão, sem que o destinatário perceba que a situação proposta em primeiro plano tenha como intenção a publicidade. “Todo discurso, por sua manifestação mesma, pretende convencer instituindo a cena de enunciação que o legitima” (MAINGUENEAU, 2008, p. 87).

Com efeito, tomar a palavra significa, em graus variados, assumir um risco; a cenografia não é simplesmente um quadro, um cenário, como se o discurso aparecesse inesperadamente no interior de um espaço já construído e independente dele: é a enunciação que, ao se desenvolver, esforça-se para constituir seu próprio dispositivo de fala.

De acordo com a exposição, a cenografia representa um enlaçamento paradoxal, ou seja, supõe certa situação de enunciação que, na realidade, vai sendo validada progressivamente por intermédio da própria enunciação. “Desse modo, a cenografia é ao mesmo tempo a fonte do discurso e aquilo que ele engendra; ela legitima um enunciado que por sua vez, deve legitimá-la” (MAINGUENEAU, 2008, p. 87).

É por meio da cena que os conteúdos se manifestam. A cenografia deve ser adaptada ao produto. Dentro desta perspectiva, a limitação imposta pela cenografia servirá de meio para cercear, controlar ou silenciar sentidos que possam circular na cena enunciativa.

Para o autor, o gênero publicitário não permite ver antecipadamente qual cenografia será mobilizada. Como os sentidos não são estáveis, por mais que haja um esforço para controlar a cena enunciativa, o arquivo sempre funcionará de forma a evocar imagens cristalizadas na história.

Nessa teia, “(...) os enunciados são produtos de uma enunciação que implica em uma cena” (MAINGUENEAU, 2011, p. 95). Dentro da publicidade, a voz que sustenta o texto encarna e legitima o que é dito, provocando a adesão do público. “Produz-se assim, por meio da enunciação, uma confusão entre o enunciado e o mundo representado” (p.96).

Assim, aponta-se que a eficácia do *ethos* envolve a enunciação em sua constitutividade histórica, ou seja, sem que a categoria esteja explícita no enunciado: “o *ethos* discursivo é coextensivo a toda a enunciação” (MAINGUENEAU, 2010, p. 80)

Para Maingueneau (2010), a noção de *ethos* visa a articulação de corpo e discurso, algo que vai além de uma posição empírica entre oral e escrito. Para o autor, as experiências são evocadas a partir da instância verbal, como produto das práticas enunciadas historicamente.

A instância subjetiva que emerge da enunciação implica uma ‘voz’, associada a um corpo enunciante, especificado sócio historicamente: uma maneira de circular, uma disciplina tácita do corpo, que o destinatário constrói apoiando-se em um conjunto difuso de estereótipos, avaliados positiva ou negativamente. (MAINGUENEAU, 2010, p. 80).

As informações presentes no enunciado evocam uma maneira de dizer que também constrói uma maneira de ser. Esse dizer é materializado num processo de incorporação que se fundamenta em comportamentos estereotípicos.

Nessa perspectiva, uma marca, no caso da publicidade, se empenha de forma que os destinatários construam uma apresentação valorizadora do produto que é oferecido, dentro de um contexto de competição.

Não surpreende que neste tipo de situação o *ethos* discursivo exerça um papel essencial **para além do enunciado**, é com o sujeito apreendido em seu movimento (...) que o público deve entrar em contato. (MAINGUENEAU, 2010, p. 81)

.....
Os textos promocionais (publicitários ou políticos em particular) são redigidos por profissionais para os quais a gestão eficaz ao *ethos* constitui uma rotina: todos os planos de uma boa publicidade supostamente dependem de um conceito diretamente ligado a uma imagem coerente da marca. (MAINGUENEAU, 2010, p. 85)

Para Maingueneau (2010, p. 168), o discurso publicitário é percebido como um discurso “a mais” ou em excesso. Não se pode considerar a consistência e a delimitação, sendo cada vez mais difícil atribuir-lhe fronteiras, pois é no confronto destes efeitos de sentidos, apreendidos dentro de condições de enunciabilidade paralelas ao discurso que o *ethos* emerge e é percebido, provocando a adesão dos consumidores de um produto sob o efeito de uma história na História.

3 O CÔNCAVO: o percurso discursivo do negro na História Oficial

3.1 Tecendo novos nós em um arquivo: a ideia de percurso discursivo

O percurso discursivo é definido enquanto uma rede de saberes de diversas ordens extraídas do interdiscurso, sem o compromisso com a totalidade ou com espaços de coerência. (MAINGUENEAU, 2008)

Dito de outra forma, são veios que desterritorializam e atravessam inúmeras fronteiras, fazendo aparecer relações, outrora invisíveis e subterrâneas, no arquivo discursivo.

A construção de um percurso leva em consideração a ideia já apresentada de formação discursiva, imbricando domínios que acionam memória e acontecimentos. Para Maingueneau (2005), a presença do interdiscurso deve ser pensada como o coração do intradiscurso. Ao fazer referência a Courtine (1982), Dominique Maingueneau lança mão da ideia de inconsistência de uma formação discursiva que aciona outras condições de enunciabilidade a partir dos seguintes domínios: i) Domínio da memória: toda formação discursiva se inscreve e faz circular sequências discursivas já existentes; ii) Domínio da atualidade: circunscreve as sequências discursivas em uma conjuntura histórica que, a partir de um acontecimento, reatualiza o passado, fazendo irromper novos sentidos; iii) Domínio da antecipação: sempre haverá a possibilidade de relação de sequências discursivas com um novo acontecimento, sendo portanto impossível atribuir um fim ao processo discursivo.

Nesta esteira, o percurso discursivo aponta novos caminhos para as tramas da memória discursiva, sem necessariamente colocar em relação textos do mesmo campo discursivo, considerando as contiguidades históricas, sendo apresentado como a possibilidade de revisitação de enunciados, consubstanciando a transformação ou substituição de formações discursivas, historicamente atualizadas, relacionando o já-dito com seu Outro.

3.2 O percurso discursivo do negro nas séries históricas

Segundo Santos (2002), a memória sobre a cor negra está eivada por construções que versam sobre o medo, o horror ou, ainda, por um fascínio pelo exótico.

O discurso religioso, por exemplo, relaciona o negro à figura de Satã, enunciando-o como o *Cavaleiro Negro* ou *Grande Negro*. Ainda no discurso religioso, lendas de santos que configurariam como um nó na teia dessa memória, para onde seriam remetidas remissivamente as enunciações sobre o negro, citamos a repugnância com a qual o enunciado

circula, ao fazer menção à figura de São Bento de Palermo que roga a Deus que o fizesse negro para não sucumbir às mulheres ou à ideia de sedução: “João Cassiano, monge do século V e um dos autores manuscritos mais antigos e mais lidos sobre os Padres da Igreja, descreve como sujeito à tentação, um eremita atormentado pelo diabo, disfarçado em uma mulher negra impudica e lasciva”. (SANTOS, 2002, p. 278)

Na atualidade, estes saberes são continuamente revisitados, colocando em circulação sentidos esquecidos ou transformados pelas rupturas fundamentadas por novos enunciados que recortam as temporalidades:

(...) M. de Certeau parte do princípio que não é possível compreender o discurso histórico, desvinculando-o das instituições que o produzem. Trata-se de repetir, no que tange à disciplina histórica o próprio gesto que a funda, aquele que relaciona ideias a lugares, compreendendo a história “como a relação entre este lugar (um recrutamento, um meio, uma profissão), procedimentos de análise (uma disciplina) e a construção de um texto (uma literatura). (MAINGUENEAU, 1993, p. 58)

Maldições, lendas e mitos são saberes revisitados que transversalizam o tempo e, rizomaticamente, irrompem em outros lugares, autorizando novos discursos, como a negra sensual que estampa a peça publicitária do *Shopping Morumbi*, cercada pelas chamas, que queimariam como a voluptuosidade, também asseveradas pelo discurso religioso. Seriam estas uma alusão às chamas do inferno? Esta relação de lugares e saberes, de temporalidades diversas, definem “as leis que organizam o espaço produzido como texto” (MAINGUENEAU, 1993, p. 58).



Figura 8: www.putasacada.com.br

“Chegou a primavera verão. Aumenta o calor. As roupas diminuem e a paisagem melhora muito”. As fronteiras do caos, da ideia religiosa de inferno e da sensualidade, cena enunciativa reservada para a negra que expõe sua lubricidade, revisita o discurso religioso primeiro, dos santos que foram marcados pela maldição de ser uma mulher negra.

O medo da diferença e do exótico encontrado no outro, também são percursos discursivos da memória de um negro medieval que advém do subterrâneo discursivo das publicidades a seguir:

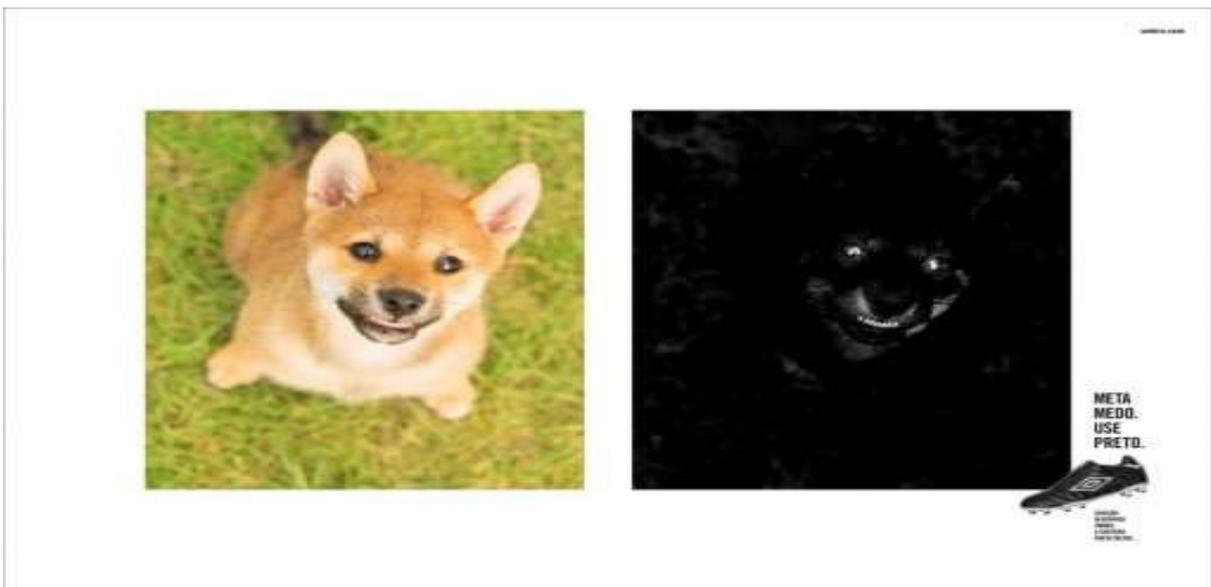


Figura 9. www.putasacada.com.br

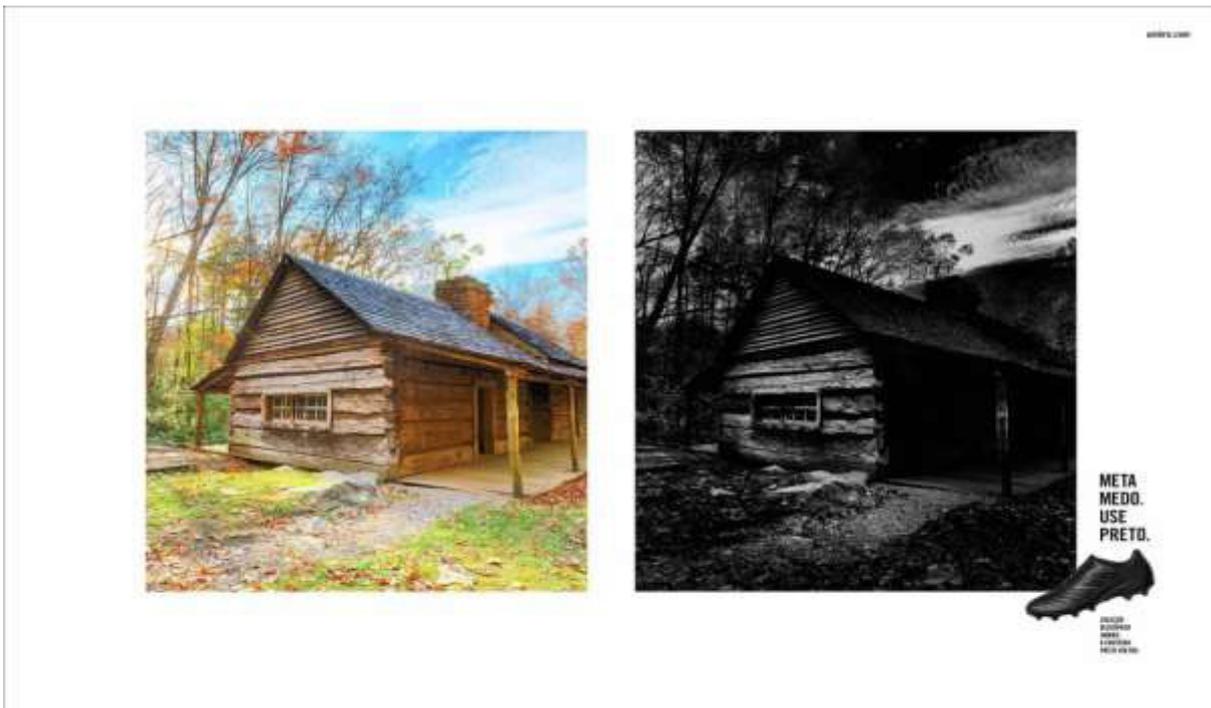


Figura 10: www.putasacada.com.br

As campanhas de chuteira da UMBRO fazem alusão à volta da moda da chuteira preta, e lançam mão do efeito de pavor que a cor preta traz às ideias. Sob o mote: “*Meta do medo. Use preto*”. A cor traz à tona a força do desconhecido, acrescentando sensações de controle e força pelo lado negro.

Neste momento da pesquisa, gostaríamos de retomar as contribuições foucaultianas para a AD francesa, as quais apontam que “(...) **um enunciado é sempre um acontecimento** que nem a língua, nem o sentido podem esgotar inteiramente(...) **mas está aberta à repetição, à transformação, à reativação**”. (FOUCAULT, 2015, p.32, grifo nosso)

Observamos, dessa forma, enunciados de uma época, revisitados ou transformados, de forma a autorizar a circulação de saberes para definir acontecimento⁵.

Dentro do discurso filosófico, o negro também é enunciado, de acordo com o pensamento neoplatônico, como algo análogo ao mineral, portanto, distante da perfeição e da divindade, por ser de natureza inferior.

Estas afirmações também são enunciadas nos discursos das Artes, quanto à utilização do uso das cores:

O branco é o símbolo da divindade e de Deus. O negro é o símbolo do espírito do mal e do demônio.
 O branco é o símbolo da luz. O negro é o símbolo das trevas, e as trevas exprimem simbolicamente o mal.
 O branco é o emblema da harmonia. O negro, o emblema do caos.
 O branco significa a beleza suprema. O negro, a feiura.
 O branco significa a perfeição. O negro significa o vício.
 O branco é o símbolo da inocência. O negro, da culpabilidade, do pecado ou da degradação moral.
 O branco, cor sublime, indica a felicidade. O negro, cor nefasta, indica a tristeza.
 O combate do bem contra o mal é indicado simbolicamente pela oposição do negro colocado perto do branco. (SANTOS, 2002, p. 279)

Na trilha discursiva construída nessas redes de ordens diversas sobre o negro, estão os saberes que apontam para um ser enunciado como repleto de exotismo - o negro é o outro do branco como uma duplicidade que remete ao estranhamento e ao fascínio.

Os mistérios que envolviam a compreensão do continente africano eram resumidos a um corpo preto, exótico e de estranhos poderes. Esses percursos discursivos trouxeram à tona, todo o fundamento para a escravidão sob o olhar europeu:

⁵ Ressaltamos que esta pesquisa lança mão de recortes ou séries temporais interessantes e pertinentes ao contexto das análises apresentadas. Não constitui nosso objetivo, portanto, o compromisso com relatos oficiais, cronologicamente organizados, a fim de fundamentar o percurso discursivo do negro na história, reforçando o itinerário metodológico anunciado no texto introdutório.

(...) o exotismo não se limita ao movimento estético da admiração. Ele implica ao mesmo tempo, uma tensão entre o fascínio e o repúdio, é patente na identificação do negro como um demônio que gera terror.

Atribuir aos negros tributos demoníacos possibilitou que a escravidão fosse tomada como uma forma de redenção já que se fossem vítimas ou agentes de Satã, os africanos não poderiam ser abandonados sem a tentativa de livrá-los da influência do Maligno. (SANTOS, 2002, p.28, grifo nosso)

Essa definição de um povo sem lei e sem fé nasceu do primeiro contato da Europa com o diferente. Os saberes difundidos sobre as relações entre diferentes, estavam embasados em um momento filosófico em que as práticas discursivas preconizavam que os direitos eram oriundos dos graus de perfeição dos seres, ou seja, a concepção de justiça viria das ideias de direitos naturais e direitos positivos.

Acerca dos direitos naturais, são estabelecidas relações de ordem entre as coisas mais perfeitas na criação do mundo por Deus. Assim, são autorizados saberes e discursos sobre a relação de diferença entre homens (tidos como superiores) e mulheres; corpo (elemento falido pelo pecado) e alma, dentre outras relações. Sobre os direitos positivos, foram propostos a fim de reger a relação entre iguais.

Silenciosamente, estes enunciados brotam em terrenos diferenciados, permitindo a circulação de discursos até hoje revisitados, senão transformados, inclusive no campo publicitário:



Figura 11: www.putasacada.com.br

A campanha da empresa italiana *Benetton*⁶ traz os sentidos subterrâneos dos discursos enunciados na antiguidade sobre o negro. A oposição da luta eterna entre o celestial e demoníaco, figurados na forma como os cabelos das crianças são apresentados, em cachos angelicais, ou com chifres negros, evocando a visão eurocêntrica de mal, apontam para os sentidos de luta do bem contra o mal, de sublimidade e caos, de pureza e exótico, ainda que figurados na atualidade como uma proposta de igualdade retratada no abraço entre duas crianças inocentes. Nesta região fronteira, uma rede de lugares discursivos estabelece as condições de enunciabilidade, fundamentando a forma como o sujeito negro será retratado no campo publicitário.

Os negros, portanto, não iguais, pela ordem dos direitos naturais, estabelecidos divinamente, estão fadados à imagem do Outro imperfeito, imoral e caótico:

Os seres da natureza, os animais estão sempre imersos nessa ordem necessária, onde a lei é sempre justa e irreversível, pois é lei e ação divinas. Privados de vontade, quase nulos de perfeição, se apresentam como matéria praticamente carente de forma, mas plenos em potência, eles teriam como finalidade servir os seres mais perfeitos. Apoiados nessa teoria, pode-se considerar justo escravizar os seres inferiores. O escravo pertenceria à ordem dos direitos naturais (a sua hierarquia) e seria excluído do direito positivo. Por esse intermédio, justifica-se a escravidão, tornando-a o fim natural de algumas “gentes”. (SANTOS, 2002, p283-284)

Ainda no século XVI, mitos em torno de Cam, filho amaldiçoado de Noé, por ter visto a nudez de seu pai, teve a negritude como a marca da maldição de Deus. Esta história, descrita por François Belleforest, relata a retirada do maldito para os lados da Arábia, vivendo com sua mulher e seus filhos, sem, no entanto, instruí-los sobre a existência de qualquer divindade. Se multiplicaram sob seus instintos, sem religião ou piedade, justificando a bestialidade com a qual foram descritos depois: habitantes das cavernas, sem lei, sem justiça ou direito, assemelhando-se a animais selvagens.

Nesta instância, percebemos uma rede institucional, entrelaçando saberes da ordem do filosófico, religioso e folclórico, os quais alinhavaram identidades múltiplas para o negro, mesmo antes da exploração do continente africano. Estes discursos, por seus enunciados de bestialidade e paganismo, constituiriam produtos das práticas discursivas em torno do tráfico e escravidão dos negros.

⁶ Apesar de estrangeira, utilizamos o texto publicitário da empresa italiana *Benetton*, ainda que o interesse desta pesquisa seja nas manifestações do discurso sobre o negro na publicidade no Brasil, a fim de vislumbrarmos o exemplo fora do corpus de análise dos dados, a fim de exemplificar a sobreposição de discursos centenários sobre o negro que são revisitados, colocando em circulação saberes desconhecidos na atualidade.

Entre os séculos XVI e XVIII, o sujeito negro é enunciado como produto destas sobreposições discursivas que corroboram seu lugar bestial, diabólico, exótico, caótico e relegado ao fracasso.

No intervalo entre os séculos XVIII e XIX, o contexto intelectual passa por significativas mudanças de pensamento, dentro das quais o negro deixa de ser enunciado por meio de um discurso cronista, ligado ao século XVI, e passa a carregar os sentidos do discurso naturalista do século XIX.

Ao naturalizar as diferenças, os saberes que passam a circular, autorizam o termo raça, a fim de explicar a ideia de heranças físicas permanentes entre vários grupos humanos, “estabelecendo-se correlações rígidas entre patrimônio genético, aptidões intelectuais e inclinações morais” (SCHWARCZ, 1993, p. 47).

A origem do homem, entre as vertentes monogenista, dominante até a primeira metade do século XIX e a poligenista, praticada a partir da segunda metade do mesmo século, tira a humanidade de uma versão gradiente, do mais ao menos perfeito ser, de outro modo, do mais próximo ao Éden, ao mais degenerado, para dar lugar “ao fortalecimento de uma interpretação na análise dos comportamentos humanos que passam a ser crescentemente encarados como resultado imediato de leis biológicas e naturais” (SHWARCZ, 1993, p. 48).

Nessa ordem, nascem simultaneamente a Frenologia e a Antropometria, teorias que passavam a mensurar a capacidade humana levando em conta o tamanho e proporções do cérebro dos povos.

Seguindo este mesmo modelo determinista, desenvolveram-se os estudos sobre a Antropologia Criminal, tomando a criminalidade como um fenômeno físico e hereditário. Desse mesmo momento, os estudos sobre a loucura multiplicaram-se.

Nesse mesmo contexto, um outro tipo de determinismo surge como discurso científico: Darwinismo Social. Construído nas bases do determinismo de cunho racial, nutria uma perspectiva negativa em torno da miscigenação. Nesse campo de saber, os caracteres não eram transmitidos, nem mesmo dentro da evolução social, também oriunda da época. As raças, fenômenos finais, portanto imutáveis, eram vistas como erros. A sociedade tende, neste ensejo, a enaltecer os tipos puros, compreendendo a miscigenação como um processo de degeneração racial e moral.

3.3 O século XX no Brasil: de escravo a cidadão

A partir do século XIX, vemos nascer dois grandes mitos: a medicina como profissão, planejada e viabilizada pelas mãos do clero, dando aos médicos, pelos saberes que

passam a circular, poderes sobre o corpo, análogos àqueles exercidos sobre a alma pela Igreja; e um outro mito, de uma sociedade limpa de seus distúrbios e enfermidades, buscando-se assim a saúde de sua origem (FOUCAULT, 2008).

A rede de saberes desta época, discursiviza o médico como o instrumento de uma nação, em atividade pública. O discurso médico passa a ser, portanto, ao lado do discurso teológico, o saber institucionalizado para cuidado do corpo, enquanto o sacerdócio ratificava sua missão quanto à necessidade da alma.

No Brasil, na segunda metade do século XIX, a circulação de teorias como o positivismo, evolucionismo e o darwinismo, trazem ao discurso médico um tom de especulação que povoará a construção das subjetividades em torno da mestiçagem, vista agora como um problema científico a ser resolvido.

O alinhavo destes agrupamentos de enunciados em regiões fronteiriças, projetaram tramas que fizeram do Brasil “um caso único e singular de extrema miscigenação racial” (SCHWARCZ, 1993, p.11).

Esta sociedade de “raças cruzadas” era, segundo Romero (1895), a ruína da instituição literária, de outra forma, o ambiente para o aparecimento dos exageros, onde “os diletantes literários não tiraram mais da boca as palavras meio e raça!” (ROMERO, 2001, p.19)

Percebemos, portanto, o significado de ser negro redirecionado, desterritorializado dos sentidos teológicos e mitológicos, os quais justificaram, por séculos, a predestinação do negro ao sofrimento da escravidão.

Quanto a essa acomodação do discurso científico europeu na cena de enunciação brasileira, Skidmore (2012, p.13) expõe:

O pensamento racial que gerava no Brasil, via de regra, sem nenhum espírito crítico...Caudatários na sua cultura, imitativos no pensamento...os brasileiros de meados do século XIX, como tantos outros latino-americanos, estavam mal preparados para discutir as últimas doutrinas europeias.

Neste ensejo, o produto da rede institucional autorizado a circular em solo brasileiro apresenta um ideário de negro livre, por força da mesma lei que o considera irresponsável por seus atos dentro de uma sociedade civilizada.

Sobre este aspecto, Nina Rodrigues, em *As raças humanas e a responsabilidade penal no Brasil* (1945), reflete que apesar do desaparecimento da escravidão, um novo momento, sob o ponto de vista da psicologia criminal das raças inferiores, estabelecendo uma nova possibilidade de percurso discursivo para o negro no Brasil: i) desprovido de

discernimento e, portanto, impedido da capacidade de livre arbítrio; ii) inabilitado quanto a consciência do direito e do dever; iii) incapaz de adotar conceitos de responsabilidade penal.

Para Nina Rodrigues (1945), o ato de civilizar é considerado infrutífero para os negros, apresentados como infantis e atingidos pela lentidão no processo de evolução por causas complexas.

Escritores ainda apontam que a mestiçagem só trouxe benefícios aos negros, dando-lhes o “verniz da civilidade dos brancos”, libertando-os dos saberes embrutecedores e das misérias degradantes dos seus congêneres.

Em *Mestiçagem, degenerência e crime (1899)*, Nina Rodrigues expõe em tom eufêmico:

O negro não tem mal caráter, mas somente caráter instável como a criança, e como na criança (...) a sua instabilidade é a consequência de uma celebração incompleta (...) o negro conservava vivaz os instintos brutais do africano: é rixoso, violento nas suas impulsões sexuais, muito dado à embriaguez e esse fundo de caráter imprime o seu cunho na criminalidade atual”. (p.19)

O sujeito negro, portanto, ainda é percebido como resultado de bricolagens e sobreposições de mitos revisitados, tornando a Abolição um acontecimento que apagou o discurso de diferença, trazendo à tona os enunciados de desigualdade.

3.4 Cadê o preto?: o mito da democracia racial no Brasil

Após o racismo científico entre os séculos XVIII e XIX, quando o negro é discursivizado pela ciência como um problema científico, passível ou não de solução, o século XX apresenta como produto discursivo, os enunciados em torno da democracia racial, período no qual o negro é enunciado de maneira idealizada, como um sujeito cidadão, com direitos sociais iguais aos do branco. No entanto, a regularidade que transversaliza esse período se resumirá à condição de invisibilidade.

Termo cunhado por Gilberto Freyre, a democracia racial vigorou no cenário nacional entre os anos de 1900 e 1940. De outro modo, o mito caracteriza um país inteiramente livre de bloqueios institucionais para a igualdade entre as raças e, mais que isso, um país em grande parte, isento de preconceito e discriminação racial informais.

Quanto a este cenário, Lima (2004) afirma:

O mito da democracia racial, ao tempo em que promete a anulação da cor/raça, no plano biológico e cultural, “dissimula a discriminação racial no plano sociológico. Como discriminar alguém que não existe? (...). Aqui se manifesta outra característica do mito da democracia racial brasileira: a invisibilidade da ‘massa dos

negro-mestiços'. Essa invisibilidade nega a existência dos negros, o que em última instância retira deles a humanidade e radicaliza a discriminação contra os mesmos, porque é da essência do racismo a desumanização do oprimido racialmente". (LIMA 2004, p.18)

Na sua essência, esse discurso anula toda e qualquer discriminação e preconceito racial, apontando para a igualdade de oportunidades para negros e brancos.

Os novos saberes difundidos a partir de então são fundamentados, segundo Freyre (1933), pela influência do processo de “miscigenação biológica e cultural” do povo brasileiro em um ambiente de “quase reciprocidade cultural”, onde as práticas dos povos atrasados eram aproveitadas pelos povos adiantados.

Segundo Freyre (1933), nossa formação social, tanto quanto a portuguesa, fez-se pela solidariedade de ideal ou de fé religiosa, que nos supre a lassidão de nexos ou de mística ou consciência de raça.

Percebemos que, mesmo envolto nos discursos em torno da democracia racial, os saberes de ordem religiosa, científica e política ainda determinam o percurso discursivo no qual o negro é inscrito. A sobreposição de enunciados primeiros ainda sustenta as fronteiras de sentidos sobre os quais o negro é visto: carente espiritual e politicamente.

Lima e Vala (2004, p. 236) expõem as preocupações cristãs dos colonizadores portugueses que, de alguma forma, revisitam o mito fundador do século XVI - criado sem fé e sem lei - para quem a escravidão é uma forma de redenção da alma:

No período da escravidão no Brasil, a relação senhor/escravo era concebida de uma maneira diferente. Existia uma **relação afetiva** do senhor para com o escravo, mais notadamente **para com as escravas**, o que fez surgir um importante percussor da democracia racial brasileira denominado “**mito da escravidão benevolente**”. (grifo nosso)

Assim, o preto bem tratado também passa a figurar no percurso discursivo que aparece como nó na teia de um arquivo discursivo sobre o sujeito negro no Brasil; uma forma de atenuar os males causados à consciência dos senhores de escravos, por serem cristãos, bem como defender a escravidão contra as críticas recorrentes, as quais davam conta que o tempo médio de um escravo na lavoura de cana-de-açúcar era de sete anos e a mortalidade entre as crianças negras nascidas no Brasil colônia era de 90% (RIBEIRO, 1996; SCHWARCZ, 1996 apud LIMA;VALA, 2004, p.237).

A partir desse ponto, questionamos se o discurso da democracia racial que circula paralelo ao discurso do preconceito de ter preconceito, poderia continuar a ser sustentado, se o negro ainda é subjetivado pelos mesmos enunciados, aos moldes do século XVI, tempo em que “negros, mestiços, cristãos novos e índios eram impedidos de ocupar cargos de

confiança⁷, sob a alegação de não possuírem nem tradição católica, nem título de nobreza” (LIMA;VALA, 2004, p.238)

3.5 O negro escravo e cidadão

Entre 1950 e 1963 a revista Anhembi surge como acontecimento, questionando as condições de enunciabilidade do negro em um Brasil aberto às oportunidades para todos.

Com as transformações, a sociedade capitalista e o discurso de universalização em relação aos direitos do cidadão, pelo menos em tese, a ideia de uma sociedade escravocrata passa a ser injustificável.

Nesse contexto, o negro é enunciado sob os antigos estereótipos, não mais para fundamentar o trabalho do africano como escravo, mas demarcando uma nova forma de habitar o mundo:

Um novo tipo de preto afirma-se cada vez mais, com a transformação do escravo em cidadão, e o branco não sabe mais que atitude tomar com ele, pois os estereótipos tradicionais já não se aplicam a este negro que sobe na escala social. (BASTIDE; FERNANDES, 1955, p.11).

O negro encontra-se, portanto, entre o lamento da escravidão e o descaso dos senhores e do Estado que não assumiram a manutenção dos ex-escravos no novo sistema de trabalho, fato que constitui a exclusão dos negros do exercício da cidadania. (BASTOS, 1988)

A cor negra passa a indicar mais que uma diferença física. Ser preto é motivo para espoliação, pois “o fundamento pecuniário, quer da escravidão, quer da exploração do escravo, compeliu os brancos a procurarem as razões emocionais, racionais e morais da escravidão da relação senhor/escravo”. (BASTOS, 1988, p.24)

Novamente, a sobreposição de discursos revela as práticas que subjetivam o negro nesse momento histórico. Diferenças culturais e religiosas sublinham o peso da cor e “coisificam” o negro para a condição e mercadoria barata.

“A cor age, pois, de duas maneiras, seja como estigma social, seja como estatuto social inferior. Se assim é, quanto mais o negro se aproximar o branco, pela tez, pelos traços o rosto, nariz afilado, cabelos lisos e lábios finos, maiores suas possibilidades de ser aceitos”. (BASTOS, 1988, p.25)

⁷ Para ser candidato aos cargos de confiança do contexto em questão (coletor de impostos, vereador, escrivão de juízo etc), era necessária a apresentação de um atestado genealógico, a fim de comprovar que o aspirante era limpo de sangue, ou seja, não possuía nenhum membro da família pertencente a “raças impuras”. (LIMA;VALA, 2004, p.238)

A coexistência de sentidos fronteiriços, para as condições de enunciabilidade do sujeito negro, revelam uma espécie de insolubilidade das práticas discursivas responsáveis pela construção da identidade do sujeito de cor.

Apesar da ideia de democracia racial, o que na verdade circula é o sentido de um sujeito privado dos seus direitos básicos. A espoliação social do sujeito negro, mesmo diante dos novos saberes instituídos, demonstra a exumação de antigos discursos, bricolando o preto a uma rede de enunciações em um arquivo discursivo já conhecido.

Percebemos, portanto, as produções das instituições discursivas em torno de acontecimentos bem específicos: as leis. A partir de 1951, observamos que novas práticas discursivas propunham, nos discursos produzidos, estabelecer um novo lugar para o negro, na extensa rede de lugares e relações, porém com tramas repetidas, o que atesta a revisitação de mitos.

Assim, em 1951, a Lei Afonso Arinos surge como um acontecimento que tinha o objetivo de combater os crimes contra cor praticados formalmente em hotéis, escolas, instituições públicas etc. Infelizmente, em seus resultados, pela falta de rigorosidade na fiscalização, não contribuiu na produção de novos saberes sobre o sujeito negro no Brasil.

Em 1988, a Constituição Federal trouxe em seu bojo os sentidos de igualdade para o sujeito negro, sendo sua subjetividade reduzida a uma questão fenotípica:

“Art. 3º. – Constituem objetivos principais a República Federativa do Brasil(...):

IV – Promover o bem-estar e todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação”.

Em 1989, a Lei Caó (7716/89), ratifica a mesma ideia e igualdade já assegurada pela Lei Magna. A partir de então, outras leis irrompem como acontecimentos, os quais instauram outras formas de subjetivar o sujeito negro na sociedade.

O Estatuto da Igualdade Racial (Lei 12.288/2010), por exemplo, reatualiza o percurso discursivo do negro e reorienta o posicionamento deste sujeito, inscrevendo-o em outros lugares na teia da memória. Além da proposta de inserção social, os enunciados trazem à tona o discurso de um negro valorizado em suas origens⁸, fazendo surgir as condições de possibilidades e uma nova forma de habitar e se movimentar no mundo:

Art. 43. A produção veiculada pelos órgãos de comunicação valorizará a herança cultural e a participação da população negra na história do País.

Art. 44. Na produção de filmes e programas destinados à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, deverá ser adotada a prática de conferir

⁸ A questão da valorização das manifestações culturais, outrora enunciadas como crime no Código Penal de 1890.

oportunidades de emprego para atores, figurantes e técnicos negros, sendo vedada toda e qualquer discriminação de natureza política, ideológica, étnica ou artística. Parágrafo único. A exigência disposta no caput não se aplica aos filmes e programas que abordem especificidades de grupos étnicos determinados.

Art. 45. Aplica-se à produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas o disposto no art. 44.

Art. 46. Os órgãos e entidades da administração pública federal direta, autárquica ou fundacional, as empresas públicas e as sociedades de economia mista federais deverão incluir cláusulas de participação de artistas negros nos contratos de realização de filmes, programas ou quaisquer outras peças de caráter publicitário.

§ 1º Os órgãos e entidades de que trata este artigo incluirão, nas especificações para contratação de serviços de consultoria, conceituação, produção e realização de filmes, programas ou peças publicitárias, a obrigatoriedade da prática de iguais oportunidades de emprego para as pessoas relacionadas com o projeto ou serviço contratado.

§ 2º Entende-se por prática de iguais oportunidades de emprego o conjunto de medidas sistemáticas executadas com a finalidade de garantir a diversidade étnica, de sexo e de idade na equipe vinculada ao projeto ou serviço contratado.

§ 3º A autoridade contratante poderá, se considerar necessário para garantir a prática de iguais oportunidades de emprego, requerer auditoria por órgão do poder público federal.

§ 4º A exigência disposta no caput não se aplica às produções publicitárias quando abordarem especificidades de grupos étnicos determinados.

É notório que, apesar dos produtos autorizados, das aberturas de novos lugares na rede discursiva, o sujeito negro não foge da bricolagem de discursos outros, fruto das práticas discursivas entrelaçadas, as quais resultaram em novos nós, pontos de uma mesma trama, tecidos de forma repetida.

Na atualidade, o protagonismo compõe mais uma camada de sobreposição que se entremeia aos diversos discursos que dispersam as identidades do sujeito negro na história.

Segundo Munanga (1999), a busca simbólica por uma África idealizada marca as subjetivações do sujeito negro na atualidade, ou seja, a África torna-se a inspiração para a busca de identidades dos negros diaspóricos. Nessa perspectiva, ser negro é uma questão de protagonismo, sendo autorizado, novamente, para aqueles que carregam, nos seus traços fenotípicos, a cor da pele que ratifica e revolve enunciados de um arquivo discursivo que carrega os nós de uma memória de sofrimento, diferença e desigualdade. Por outro lado, a questão do protagonismo também é tratada como “atitude”, isto é, o sujeito que, mesmo sendo produto desta bricolagem, também é enunciado fora dos termos do idealismo ou de um regresso a esta África simbólica.

Para De Certeau (2014, p.41), estas práticas são exumadas e bricoladas aos indivíduos que estão presos à rede de uma antidisciplina que, ordinariamente, “instaura um presente relativo a um momento e a um lugar, numa rede de lugares e relações”.

Assim, novos saberes são autorizados a circular, nascem em concorrência aos estereótipos passados e desterritorializados, surgem como o Mesmo já-dito, o discurso

segundo, presente na fronteira de sentidos, onde a tensão entre pós-modernidade/colonialismo produz as condições de enunciabilidade deste sujeito negro no Brasil.

4 O CONVEXO: ecos de uma História Ordinária

Refletir acerca do que é História e, ainda, pensar este campo do saber de uma maneira diferente, com vistas à observação dos discursos que circulam socialmente, nos dará condições de conjecturar e compreender que relações de força estão envolvidas nos jogos de poder que autorizam os saberes e constituem o sujeito.

A História, até então a nós apresentada, objetivava compreender o passado, recontando-o ordenadamente, em uma sequência temporal ou dialética, para apreensão dos fatos presentes e a possível visualização de prováveis fatos futuros. Para tanto, os documentos oficiais tornaram-se monumentos sobre os quais a verdade estava estabelecida por trilhas organizadas e ininterruptas.

Veyne chamou nossa atenção para a “revolução” produzida pelo filósofo na historiografia: especialmente desde o marxismo, aprendêramos a enxergar a História como *práxis* e como *consciência*. Inúmeras vezes repetimos os ensinamentos de Marx de que “os homens fazem a história, mas não a fazem como querem, e sim nas condições herdadas pelo passado”. Aliás, para a geração 68, a principal motivação para o estudo da História estava centrada no desejo de transformação social, numa emocionada aposta na Revolução. A história confundia-se então com ação revolucionária.

.....
 Veyne mostrou, nesta direção, que a história é uma forma cultural, através da qual os homens na contemporaneidade se relacionam com seus eventos e com o passado. Uma forma de conhecimento, uma escrita e não ação. Assim, caberia ao historiador construir a trama correspondente ao acontecimento. No caso de um acontecimento da moda, que nos situasse nesse campo; se um evento político seria necessário nos apresentar governantes e súditos. O que seria importante destacar no passado dependeria da construção da trama, da mesma forma que as causas atribuídas na origem do evento se definiriam em função da construção desta mesma trama. (RAGO, 1995,72-73)

Na trilha de uma nova forma de ver a história, os documentos oficiais deixam de ser monumentos estáveis e inquestionáveis e o foco desloca-se para as narrativas ordinárias e, a partir desta nova postura, fundamentada nas discontinuidades ora apreendidas, tudo passa a ser História. O cotidiano e as minorias, as modas e práticas outrora silenciadas, agora é possível sim problematizá-los, recortá-los e explicá-los à luz de sua própria discontinuidade: a Nova História.

Tratava-se, pois, de uma nova maneira de *problematizar a História*, de pensar o evento e as categorias através das quais se constrói o discurso do historiador. Não uma discussão sobre a narrativa propriamente dita, mas sobre as bases epistemológicas de produção da narrativa enquanto conhecimento histórico. Ao invés de partir da famosa estrutura social, representada enquanto “realidade objetiva”, tanto para os marxistas quanto para os não-marxistas, **para explicar as**

práticas políticas, econômicas, sociais, sexuais, artísticas de determinados grupos sociais, propunha-se, então, pensar como haviam sido instituídas culturalmente as referências paradigmáticas da modernidade em relação ao próprio social, à posição dos sujeitos, ao poder e às formas de produção do conhecimento. (RAGO, 1995, p.72, grifo nosso)

Segundo Barros (2011, p.38), ao transitarmos entre as noções de práticas e representações, seremos capazes de:

(...) examinar tanto os objetos culturais produzidos, os sujeitos produtores e receptores de cultura, como também os processos que envolvem a produção e a difusão cultural, os sistemas que dão suporte a estes processos e sujeitos, e, por fim, as normas a que se conformam as sociedades através da consolidação de seus costumes.

A emergência da Nova História Cultural tem seu itinerário identificado na confluência de diálogos interdisciplinares, envolvendo a História e diversos outros campos do saber, como a Antropologia, a Linguística, a Psicologia ou a Ciência Política.

Pelo viés da Antropologia, a Nova História Cultural apresenta-se sob a perspectiva de busca de apreensão da alteridade que, interconectada aos procedimentos micro-historiográficos, propõem-se a uma descrição densa, com atenção aos detalhes, a fim de atingir questões sociais mais amplas. Assim, associando a Nova História Cultural ao diálogo direto com a Antropologia, os autores privilegiam uma abordagem interpretativa da cultura, dentro da qual a melhor forma de interpretá-la seria a apropriação pelas vias mais opacas, de onde emergem os sistemas de significação dos discursos.

Para Burke (1992), a Nova História é definida pelo que não é. Assim, enquanto a história tradicional é essencialmente política, marginalizando outras vertentes do saber, consideradas periféricas aos interesses dos verdadeiros historiadores, essa nova forma de fazer história não está restrita a um único campo, mas espraia-se em um movimento tentacular, considerando que toda atividade humana tem uma história. Nessa seara, nasceu, na primeira metade do século XX, a História das ideias, que passa a considerar outros tópicos relevantes e dotados de história própria, como a infância, a morte, o corpo e, até mesmo, o próprio silêncio.

Outra característica cultivada pela história tradicional, com vistas na condução do trabalho do historiador, repousa nas bases do que é central, importante e oficial. Na contramão desta proposição, a nova história é marcada pelo relativismo cultural. O periférico passa a povoar o interesse dos estudiosos da área.

Para o autor, a História tradicional constrói seu itinerário ao considerar as narrativas de acontecimentos oficiais. Por outro lado, a História Nova pontua mudanças nas estruturas ao longo do tempo. O que propomos nesta dissertação não é separar as duas visões

pelo que elas têm de díspares, mas usar a disparidade entre ambas, tratar o tecido social em suas contradições: o côncavo tratado como estável e o convexo, como instável, localizando a publicidade como lócus das tensões discursivas.

Em síntese, esta História, vista de baixo, abre espaço para opiniões ordinárias, pessoas comuns e para a queda de paradigmas tradicionais, fundamentados em documentos oficiais. A Nova História das ideias, ao contrário, diversifica suas fontes, relativiza os olhares, até então presos a um olhar oficial, examinando, portanto, amplas variedades de evidências, substituindo a objetividade pelo relativismo cultural, dando a este saber um tom mais próximo ao real.

Nessa situação, nossa percepção dos conflitos é certamente mais realçada por apresentação de pontos de vista opostos (...) Nós nos deslocamos do ideal da Voz da História para aquele da heteroglossia, definida por vozes variadas e opostas (BURKE, 1992, p. 15)

Chamada para ser interdisciplinar, a Nova História aponta para a preocupação com toda a atividade humana. Nessa direção, Burke (1992) discorre:

O movimento da história-vista-de-baixo também reflete uma nova determinação para considerar mais seriamente as opiniões das pessoas comuns sobre seu próprio passado do que costumava fazer os historiadores profissionais. (BURKE, 1992, p. 16).

Partimos dessas premissas e conseguimos ouvir ecos da história do negro no Brasil, vista de um lugar comum demais, de onde sons abafados ainda tentam nutrir a ilusão de um país democrático racialmente.

Pontuamos que a história real sobre o negro e os seus efeitos está nas pessoas ordinárias que foram ensinadas a alisar os cabelos para serem melhores, mais brancas e aceitas socialmente. Esse pensamento é materializado em suportes diversos e fazem remissão a um passado que ainda mantém a esperança de uma nação livre do mal que o negro representa. Junto a esta ideia, é comum a oferta de produtos de beleza sob a perspectiva de “melhorar” a aparência do negro, levando-o mais próximo ao perfil do estereótipo dominante. Vejamos a peça publicitária a seguir:



Figura 12: <http://www.revistaforum.com.br/2015/03/25/as-10-propagandas-mais-machistas-e-racistas-do-ultimo-ano/>

A nova história do negro deixa o olhar oficial de documentos que engessam e condicionam os efeitos da história, contada a partir da centralidade e passa a observar como as materialidades, ou melhor, as estruturas continuam a transformar, adaptar, sublimar ou condensar ideias que continuam a povoar um arquivo discursivo sobre o negro no Brasil.

Esse novo saber se dispersará pelas trilhas de outras disciplinas e encontrará o negro, objeto deste olhar, não somente na publicidade, mas no futebol, por exemplo, lutando por um lugar, em um tempo pós abolição, em um esporte, originariamente, bretão. Em *O Negro no Futebol Brasileiro*, Filho (2010) deixa registradas as agruras vividas pelos negros no futebol que ainda eram mantidos acorrentados a imagem de ser inferior e bestial: “Não era uma nova época que surgia, era a velha época que voltava, o bom tempo do branco superior ao preto (...) Enquanto houvesse amadorismo, os brancos seriam superiores aos pretos, os ricos aos pobres”. (FILHO, 2010, p.129).

4.1 Acontecimento: a pausa na História para rumos clandestinos

Na relação entre o histórico e a enunciação de um discurso, a ideia de acontecimento passa a ser uma noção muito cara a AD. Segundo Possenti (2006, p.93), essa perspectiva torna o acontecimento uma espécie de matéria-prima dentro do viés histórico, marcado por sua natural relação com a enunciação, não repetível dentro da história.

Nesse cenário, níveis de acontecimentos descortinados pela análise, apontarão para conjuntos de materialidades, que alinhados dentro de regularidades existentes, localizarão os resquícios de uma memória discursiva que se presta ao alinhavo de descontinuidades registradas na História:

(...) um fato se transforma em acontecimento – é retomado, revisado, analisado, especificado, detalhado e correlacionado a outros similares ou tornados similares. Enfim, ele se tornou o motivo pelo qual um conjunto de textos foi em seguida produzido e veiculado.

.....
Na verdade, portanto o conjunto de textos começa a remeter não só ao próprio acontecimento, mas também a outros textos e a outros acontecimentos que este levou a reencontrar. Dessa maneira forma-se uma espécie de arquivo, no interior do qual as relações intertextuais e interdiscursivas se desenham, as diversas posições se materializam, as posições vão se repetindo ou se renovando. (POSSENTI, 2006, p.95)

Consideramos estas reflexões relevantes, no que tange à proposta desta pesquisa. Alinhar regularidades retomando, revisitando, reinventando e reconstruindo o ser negro no Brasil, por meio da publicidade, evoca a necessidade de um olhar de ruptura, agindo em momentos e espaços descontínuos e heterogêneos.

Propositalmente, as marcas do “branqueamento” do negro ainda vicejam no espaço publicitário, embora tenhamos a necessidade de escutar outros ecos históricos. Campanhas publicitárias circulam, trazendo à tona a estratégia de minoração da população negra, reforçando o ideário do embranquecimento, essência da perspectiva de democracia racial, amplamente difundida no início do século XX e que passou a significar o negro como um mal prestes a ser extirpado da nossa nação.

Na opinião de Nina Rodrigues, em *Os Africanos no Brasil*, os pretos e mestiços são classificados com traços que inferiorizavam o país, problema que ratificava a marca genética nada nobre. Segundo o autor, “todo brasileiro é mestiço, se não no sangue, pelo menos nas ideias” (RODRIGUES, 2011, p. 31). Nesse contexto, era recorrente a espera por saídas para o estágio de sub-raça a que chegou o brasileiro. Um progressivo processo de “branqueamento” da população poderia “resolver” o problema em médio prazo. O estado de degeneração influenciado pelo clima e pela mestiçagem poderia ser resolvido com a inserção

do sangue novo dos europeus, com vistas na melhoria de três características negativas do brasileiro: apatia, desânimo e falta de iniciativa. (RODRIGUES, 2011).

Na contramão destes pensamentos, a Universidade Federal de Juiz de Fora – MG lançou, em 2016, a campanha *#nãoécoincidência*, difundindo o seguinte questionamento: “*Quantos professores negros você tem?*”



Figura 13: <http://www.hvpeness.com.br/2016/02/naoecoincidencia-campanha-questiona-a-ausencia-de-professores-negros-nas-universidades-brasileiras/>



Figura 14: <https://twitter.com/UFJF/status/669592275278823424>

A campanha traz à tona reflexões e debates sobre ações afirmativas. Nesse momento, é destacada a existência de menos de 1% de professores negros atuando em universidades públicas, em um país que conta hoje com 53% de negros (especificação genérica atribuída pelo IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas – e que reúne pretos e pardos) autodeclarados.

Não é coincidência! O ontem e o hoje se encontram por meio de distintos acontecimentos, materializados e relacionados no alinhavo de descontinuidades constantes na memória discursiva, ratificando a ideia de que o negro que ocupasse altos lugares sociais, na verdade, era branco, ou “um preto de alma branca”. Essa imposição, largamente difundida, nos idos de 1894, por Nina Rodrigues, lançou pesquisas e classificações que passaram a configurar como arquivos, autorizados por instituições enunciativas – a Ciência – e que alimentou, durante séculos, o acorrentamento da imagem do negro aos porões e senzalas. Nesse sentido, é relevante pontuar a proposição do autor enquanto uma fala institucional:

Rejeitou a ideia sentimental de que um representante das raças inferiores pudesse alcançar em inteligência “o elevado grau a que chegaram as raças superiores”, declarando que essa “é uma noção irremissivelmente condenada”, em face dos conhecimentos científicos modernos. (SKIDMORE, 2012, p.103).

Os acontecimentos movimentam-se, rizomaticamente, rompendo a continuidade, sem rejeitar a remissão. O lançamento da campanha *#nãoécoincidência* não para de remeter-se a outros acontecimentos, como a fala do jogador Robson, do Fluminense, em entrevista ao jornalista Mário Filho, na década de 30, momento em que relatou sobre o poder de embranquecimento do preto nos grandes clubes de futebol do Rio de Janeiro, quando esticavam os cabelos, faziam operações plásticas, usavam pó de arroz e fugiam da cor ao dizer: “Eu já fui preto e sei o que é isso” (FILHO, 2010, p.15).

Cartograficamente, o discurso é transformado, mantendo muito do mesmo no Outro, à medida que acontecimentos dispersos são postos em relação, diante das regularidades que povoam os significados que dali surgem. A perspectiva de que ascensão é sinônimo de embranquecimento ratifica que o lugar nobre, reconhecido e respeitado, não é para o negro, e isso *não é coincidência*. Trata-se de uma formação discursiva que ainda permeia as materialidades e, por consequência, as enunciações que ainda hoje circulam socialmente.

Para Possenti (2006, p.99), essa visão descontínua e assíncrona, oportunizada pelas séries propostas por uma forma de História, permite ao pesquisador vislumbrar um panorama mais diversificado e fértil para a descoberta de novos posicionamentos e formações discursivas nas quais os sujeitos estão inscritos.

Expostas as considerações sobre o peso que os estudos de ordem discursiva e simbólica tiveram para a Nova História Cultural, é relevante apontar para os efeitos do arquivo na análise do discurso, ao lado da História, e na constituição de uma memória discursiva.

A análise do discurso emerge, segundo Malidier e Guilhaumou (1997, p.181), ao evidenciar “as estratégias discursivas que se desenrolam no acontecimento. O novo se situa em outra parte, no retorno ao arquivo”.

Na AD, o arquivo nunca é dado *a priori*, é construído pelo pesquisador sob a opacidade e percebido pelo lugar que ocupa em uma série, de ou seja, em um recorte da realidade.

Para tanto, é sempre pertinente retomar os novos trajetos da História que norteiam esta pesquisa, os quais permitem a percepção da singularidade constante em cada acontecimento, ou seja, a prática de uma História dita serial e que é constituída de acontecimentos ou de conjuntos de acontecimentos. Assim, o itinerário metodológico dessa pesquisa, sob o viés histórico, deixa de ser a busca por decifrar documentos, mas estabelecer, a partir deles próprios, certo número de relações que demonstrarão a evolução do discurso sobre o negro, através dos tempos. Quanto a esta questão Foucault (2008) pontua:

O historiador não interpreta mais o documento para apreender por trás dele uma espécie de realidade social ou espiritual que nele se esconderia: seu trabalho consiste em manipular e tratar uma série de documentos homogêneos concernindo a um objeto particular e a uma época determinada, e são as relações internas ou externas desse *corpus* de documentos que constituem o resultado do trabalho do historiador. (FOUCAULT, 2008, p.291)

Na História Tradicional, os acontecimentos eram definidos por aquilo que era conhecido ou identificável, direta ou indiretamente, sendo o trabalho do historiador buscar sua causa ou seu sentido. A própria ideia de acontecimento era questionável, fosse por meio de dados visíveis ou documentos:

A história serial permite de qualquer forma aparecer diferentes estratos de acontecimentos, dos quais uns são visíveis, imediatamente conhecidos até pelos contemporâneos, em seguida, debaixo desses acontecimentos que são de qualquer forma a espuma da história, há outros acontecimentos invisíveis, imperceptíveis para os contemporâneos, e que são de um tipo completamente diferente. (FOUCAULT, 2008, p.291),

Sob a ideia força do pensamento foucaultiano, constatamos que o que há no subterrâneo da bruma do que é conhecido por história, esconde práticas do presente,

momentaneamente invisíveis, mas capazes de revelar como os discursos são autorizados a demarcar poderes e subjetividades.

É notório que determinados acontecimentos são mais difíceis de localizar. Verifiquemos o anúncio abaixo:



Figura 15: Peça de campanha publicitária promovida pelo Festival Latinidades, em Brasília (Foto: Festival Latinidades/Divulgação)

Fonte: <http://g1.globo.com/distrito-federal/noticia/2015/07/anuncio-para-debater-racismo-recruta-negra-para-papel-de-domestica-no-df.html>

O anúncio apresentado compunha uma estratégia, com vistas à reflexão e debate acerca do racismo, em uma campanha orquestrada pelo Festival de Latinidades, em 2015. Após entrar em contato com a organização do evento, por meio do número fornecido, a candidata ouvia a seguinte gravação:

Olá. O anúncio que você viu faz parte da campanha do Festival Latinidades. Se você teve interesse pelo papel, gostaríamos de te convidar para o festival, um evento que vai discutir o papel da mulher negra no cinema e na sociedade. Se você achou isso um absurdo, junte-se a nós e venha para o Latinidades. (Disponível em < <http://g1.globo.com>>).

Há de se notar, no entanto, que a estereotipação impressa no cartaz, colocando a mulher negra em situação de servidão, pertence a um arquivo validado e difundido por meio de diversos suportes, em múltiplos campos discursivos. Na literatura, a Irene Preta, de Manuel Bandeira (1936), coloca esta mulher dócil e pronta para servir, quase pura de pecados, tamanha sua solicitude diante da superioridade do favor e superioridade do branco:

Irene no Céu
 Irene Preta
 Irene boa
 Irene sempre de bom humor.
 Imagino Irene, entrando no céu:
 - Licença, meu branco!
 E São Pedro bonachão:
 - Entra, Irene. Você não precisa pedir licença. (BANDEIRA, 1936).

Constatamos, portanto, que apesar dos documentos que regulamentam o lugar que o negro deve ocupar socialmente, por um olhar oficial, o efeito de sentido que emerge dos documentos ditos ordinários, apresentam sintomas de uma imagem que ainda está ligada à subalternidade. Este sujeito deve estar onde poderes silenciosos o subjetiva como inferior e à margem. Estas percepções, muitas vezes invisíveis aos contemporâneos, constituem rupturas decisivas que emergem de acontecimentos difusos e que determinarão, terminantemente, os novos movimentos tomados por uma História Cultural.

A mulher negra, dócil e necessitada, se dispõe, servilmente, a ocupar o lugar de empregada doméstica, marcada por sua cor, conduzida pelos efeitos históricos, pelas névoas que, sorratamente, são formadas e que escondem que o negro ainda é escravo de um ideário que o inferioriza. Mas ao mesmo tempo, desenrola-se um acontecimento, materializado em forma de anúncio, que faz do seu interesse a entrada para o lugar de reflexão sobre o racismo do qual a mulher negra é alvo. Neste ensejo, “(,,) a história não é, portanto, uma duração: é **uma multiplicidade de tempos** que se emaranham e se envolvem uns nos outros. É preciso, portanto, substituir a velha noção de tempo pela noção de duração múltipla”. (FOUCAULT, 2005, p.291, grifo nosso).

Assim, a concepção de História a qual nos filiamos, portanto, apresenta como consequências interrelacionadas a multiplicação das discontinuidades e os tipos e durações diferentes de acontecimentos, ou seja, um emaranhado de discontinuidades sobrepostas tecerá o arquivo disponível e necessário (pelo menos nesse momento de pesquisa) que norteará o

entendimento da forma como as práticas discursivas, documentos e acontecimentos se imbricam produzindo discursos e subjetivações.

Assim,

O discurso veiculado produz poder, reforça-o, mas também o mina, descobre-o, torna-o frágil e permite cortar-lhe o passo. Do mesmo modo, o silêncio e o segredo abrigam o poder, fixam suas proibições, mas também abrem as suas presas e conseguem tolerâncias mais ou menos obscuras. (GRISSET, 1977, p.61)

É fato, que aquilo que buscamos na História, que é constituída por esses arquivos, é posto em um jogo de vela e revela, determinado pelas práticas discursivas, difundidas socialmente. Estas práticas produzem múltiplas identidades e o sujeito é constituído historicamente também como produto, cristalizando ou apagando determinadas formas de habitar no mundo social.

Nesta senda, Foucault, em *Arqueologia do Saber* (2015), propõe um trabalho historiográfico não mais preocupado em revelar ou explicar o real, mas desconstruí-lo enquanto discurso:

Ora, por uma mutação que não data de hoje, mas que, sem dúvida, ainda não se concluiu, a história mudou sua posição acerca do documento: ela considera sua tarefa primordial, não interpretá-lo, não determinar se diz a verdade nem qual é seu valor expressivo, mas sim trabalhá-lo no interior e elaborá-lo: ela o organiza, recorta, distribui, ordena e reparte em níveis, estabelece séries, distingue o que é pertinente do que não é, identifica elementos, define unidades, descreve relações. (FOUCAULT, 2015, p. 7).

Na ordem da descontinuidade, os objetos históricos e as identidades surgem como efeitos das construções discursivas, e não mais como origem para justificar as práticas sociais. Nessa esteira teórica, o historiador é convidado a analisar o que está, silenciosamente, ancorado para além da espessura do discurso.

Assim, os procedimentos historiográficos foram repensados, de modo que a busca do historiador não mais se voltará para um objeto ou um sujeito plenamente constituído, mas perceber como as práticas discursivas e não discursivas constituíram redes de poderes que autorizam a circulação de determinados discursos ou de determinadas imagens sociais. Inaugura-se, portanto, a História das dispersões:

(...) Atualmente, quando se faz história - história das idéias, do conhecimento ou simplesmente história - atemo-nos a esse sujeito de conhecimento e da representação, como ponto de origem a partir do qual é possível o conhecimento e a verdade aparece. **Seria interessante que tentássemos ver como se produz, através da história, a constituição de um sujeito que não está dado de antemão, que não é aquilo a partir do que a verdade se dá na história, mas de um sujeito que se constituiu no interior mesmo desta e que, a cada instante, é fundado e refundado por ela.**(...) Isto é, em minha opinião, o que deve ser levado a cabo: a constituição histórica de um sujeito de conhecimento através de um discurso tomado

como um conjunto de estratégias que formam parte das práticas sociais. (FOUCAULT, 2015, p. 16, grifo nosso).

Nesse sentido, a história é feita das práticas rotineiras, das trilhas de improviso e das muitas vozes que enunciam um mundo comum demais para os documentos oficiais ou para os monumentos tombados, mas essenciais à composição dos fios discursivos que tecem a História Ordinária.

4.2 Práticas cotidianas e a história: ecos de vozes ordinárias

Quanto às contribuições de Michel de Certeau, apontamos para seu especial interesse pelos sujeitos produtores e receptores da cultura:

(...) o que abarca tanto a função social dos “intelectuais” de todos os tipos, até o público receptor, o leitor comum, ou as massas capturadas modernamente pela chamada “indústria cultural” (que, aliás, também pode ser relacionada como uma agência produtora e difusora de cultura). Agências de produção e difusão cultural também se encontram no âmbito institucional: os sistemas educativos, a imprensa, os meios de comunicação, as organizações socioculturais e religiosas. Estas instâncias – produção, difusão e consumo – e os papéis, respectivamente, de produtor, distribuidor e consumidor guardam naturalmente interações de todos os tipos (...).(BARROS, 2011, p.42)

Para De Certeau (1982), o historiador adota um ponto de vista que singulariza seu olhar para o passado. Sob este viés, o lugar que ocupa e a forma como trata os dados tornam impossível a neutralidade do sujeito que constrói e vivencia esta História.

A história moderna supõe em toda parte uma clivagem entre o discurso e o corpo (social). Ela faz falar o corpo que se cala. Supõe uma decolagem entre a opacidade silenciosa da "realidade" que ela pretende dizer, e o lugar onde produz seu discurso, protegida por um distanciamento do seu objeto (Gegen-stand). A violência do corpo não alcança a página escrita senão através da ausência, pela intermediação dos documentos que o historiador pode ver na praia de onde se retirou a presença que ali os havia deixado, e pelo murmúrio que deixa perceber, longinquamente, a imensidão desconhecida que seduz e ameaça o saber. (CERTEAU, 1982, p.14 e 15)

Os discursos reconduzem a história aos mitos fundadores de uma forma atualizada. As vozes ordinárias autorizam a escrita do historiador, mas ele mesmo está apartado dessa escrita; escrever sob este viés é tornar-se bárbaro, popular e grosseiro.

Para De Certeau (2014), a História transpõe as relações cronologicamente estabelecidas a partir de documentos que primam por uma visão central e caracterizada por sua identidade oficial. Para o historiador, este saber está na forma sorrateira como as práticas cotidianas se instalam socialmente, mudando as maneiras de fazer, afetando diretamente as configurações de significar ideias.

Ao trabalhar fundado nas práticas cotidianas, o historiador voltará sua análise a lugares secretamente habitados por essas articulações, considerando, sobretudo, as pistas que as experiências ordinárias e comuns farão emergir:

O caminhar de uma análise inscreve seus passos, regulares e ziguezagueantes, em cima de um terreno habitado há muito tempo. Somente algumas dessas presenças me são conhecidas. Muitas, sem dúvida mais determinantes, continuam implícitas – postulados ou dados estratificados nesta paisagem que é memória e palimpsesto. O que dizer desta história muda? Ao menos, indicando os sítios onde a questão das práticas cotidianas foi articulada, vou marcar já as dívidas e também as diferenças que possibilitaram um trabalho nesses lugares. (CERTEAU, 2014, p. 35).

Assim, a historiografia se apresenta como prática, que tem como resultados os discursos.

Não se interessa por uma "verdade" escondida que seria necessário encontrar; ela constituiu símbolo pela própria relação entre um espaço novo, recortado no tempo e um *modus operandi* que fabrica "cenários" susceptíveis de organizar práticas num discurso inteligível – aquilo que é propriamente "fazer história" indissociável. (CERTEAU, 1982, p.17, grifo nosso).

Aponta, de maneira relevante e decisiva, para o itinerário aqui trilhado, que o exame dessas práticas não tem como meta “um regresso aos indivíduos”. Eles não seriam a razão de todas as transformações, ao contrário,

(...) a análise mostra antes que a relação (sempre social) determina seus termos, e não o inverso, **e que cada individualidade é o lugar onde atua uma pluralidade incoerente (e muitas vezes contraditória) de suas determinações relacionais.** (CERTEAU, 2014, p.37, grifo nosso).

Quanto ao exposto, percebemos que a observação das práticas desenvolvidas no cotidiano, determinarão as mudanças nas estruturas pela força dos acontecimentos e que incidirá na transformação das subjetividades e nas formas de um corpo que se movimenta e habita o mundo, isto é, dos *ethé* discursivos.

Em outras palavras, oportunamente aplicado a este momento de reflexão, a história do negro contada a partir de uma visão central e difundida por meio de instituições enunciativas oficiais, contou com narrativas que o tornavam uma presença indesejável, ainda que a abolição já fosse uma realidade sancionada por lei.

O negro, raça considerada inferior, segundo Rodrigues (2011, p.50), não poderia ser comparado às raças brancas civilizadas. No entanto, discute a possibilidade de voltarmos o olhar para as individualidades, atestando não desconhecer o fato de que há negros que valham mais que brancos. Ademais, segundo o autor, a grande maioria dos negros tinha como característica imperiosa o agir instintivamente e, naturalmente, seria muito óbvio compará-lo

a um animal, por dar “(...) ganho de causa e predomínio às impulsões instintivas e indomáveis, que ao mesmo tempo, eram imputáveis, por fazerem parte de uma herança de instintos antigos, cimentados e estratificados. (RODRIGUES, 2011, p.50).

Por meio desse pensamento, a imagem do negro no Brasil é construída pela ideia de uma torrente de instintos selvagens, incapaz de ser responsabilizado por seus atos. Tornou-se o negro o próprio discurso do perigo, encravado e contaminando uma matriz pura e perfeita. Nesse propósito, o negro ainda é descrito como um compêndio de interesses, ditos inconfessáveis, oriundos da revolta datada do período da escravidão e fruto das lutas incandescentes das ideias abolicionistas.

Para justificar essa tendência selvagem, que marca essa condição bestial do negro, Rodrigues (2011, p.47) argumenta:

(...) mas nenhum homem de bom senso, bem esclarecido sobre os fatos, poderá crer em geral que o negro valha tanto quanto o branco e muito menos seja-lhe superior. E assim é, torna-se impossível acreditar que logo que sejam afastadas as incapacidades civis, desde que a carreira lhes seja aberta e que não sejam oprimidos ou favorecidos cromáticos possam lutar com vantagem com os seus irmãos melhor favorecidos de cérebro. Não só os irmãos negros não poderão, pois, chegar aos mais altos lugares da hierarquia estabelecida pela civilização, ainda que não seja necessário confina-los lá para a última classe. Se não se conhece (...) um negro genuinamente negro, livre de mescla, notável em nossa história, conhecem-se muitos mestiços que figuram entre os nossos primeiros homens.

Conviver com o branco, portanto, seria a oportunidade de melhora do negro (RODRIGUES, 2011, p.44), esta esperança justificaria, inclusive, sua submissão.

Os escravos recém libertados sujeitaram-se à estrutura social multirracial e de cunho paternalista, que durante muito tempo havia ensinado aos libertos de cor os hábitos de deferência em suas relações com patrões e outros superiores na escala social. Foi nesse contexto – denominado pré-industrial pelo sociólogo francês Roger Bastide – que se desenrolaram as relações raciais depois da Abolição. (SKIDMORE, 2012, p. 81).

Desse arquivo discursivo, raspamos os escritos enunciados pelas instituições oficiais e percebemos os movimentos construídos sobre práticas silenciosas e não honrosas. O corpo que se movimentava como um animal, agora faz menção a este mesmo arquivo, ziguezagueando por entre novos sentidos, que surgem como sintomas das mudanças estruturais que insistem em se revelar. Os mesmos dizeres, que acampavam no ideário social minimizando a importância do ser negro, são resgatados na atualidade para ratificar que “irmãos cromáticos” são iguais, não pela licença do branco, mas como forma de valorização

de uma identidade até então inferiorizada. Nas trilhas desse pensamento, campanhas emergem com vistas ao combate ao racismo e valorização do sujeito negro na sociedade:



Figura 16 e 17: Peças de campanha publicitária promovida pelo Governo Federal (2015)

Fonte: brasil.gov.br

O que é a História a que nos reportamos então? O que, de essencial, este saber traz na carreira que nos propomos a fazer? Para Certeau (2014), a inteligibilidade da História se passa na relação com o outro; se desloca e modifica o que é feito pelo seu “outro” – de outras visões – do louco, do povo, do selvagem, do terceiro mundo, as quais se articulam a um saber-dizer do que o corpo cala. Por meio do *já-dito*, o corpo do negro é autorizado a ser reinventado pelas práticas que sussurram e constituem esse ser no mundo. Para o autor, muito mais que separar o presente do passado, a historiografia se constrói a partir de rupturas e releituras de outros *já-dito*:

Por sua vez, cada tempo "novo" deu lugar a um discurso que considera "morto" aquilo que o precedeu, recebendo um "passado" já marcado pelas rupturas anteriores. Logo, o corte é o postulado da interpretação (que se constrói a partir de um presente) e seu objeto (as divisões organizam as representações a serem reinterpretadas).

.....

Porém, aquilo que esta nova compreensão do passado considera como não pertinente – dejetado criado pela seleção dos materiais, permanece negligenciado por uma explicação – apesar de tudo retorna nas franjas do discurso ou nas suas falhas: "resistências"; "sobrevivências" ou atrasos perturbam, discretamente, a perfeita ordenação de um "progresso" ou de um sistema de interpretação. São lapsos na sintaxe construída pela lei de um lugar. Representam aí o retomo de um recalcado, quer dizer, daquilo que num momento dado se tomou impensável para que uma identidade nova se tomasse pensável. (CERTEAU, 1982, p. 15).

Dessa forma, as produções de um tempo são sintomas daquilo que o produziu, ou seja, discursos resultantes de práticas discursivas. Há de se considerar as condições de possibilidades, a fim de que esse processo de produção saia da antiga concepção de causalidade. Não se busca a origem, mas as rupturas que tornaram possíveis a produção dessas mudanças. Nessa senda, De Certeau (1982) sinaliza:

A partir desta base, a produção se diversifica segundo estas necessidades sejam ou não satisfeitas facilmente, é de acordo com as condições nas quais sejam satisfeitas. Sempre existe produção, mas "a produção em geral é uma abstração". Quando, pois, falamos de produção, trata-se sempre da produção num estado determinado da evolução social – da produção de indivíduos vivendo em sociedade. Por exemplo, nenhuma produção é possível sem um instrumento de produção...; nenhuma, sem trabalho passado, acumulado... A produção é sempre um ramo particular da produção". Enfim, "é sempre um corpo social determinado, um sujeito social, que exerce sua atividade num conjunto mais ou menos grande, mais ou menos rico de esferas da produção. (CERTEAU, 1982, p. 24).

A História passa a ser uma razão que articula as práticas e os discursos, então, como produtos dessas práticas, "autoriza a força que exerce o poder". Indecifráveis, se forem vistos fora do caleidoscópio da História, os discursos enunciados figuram como o produto direto da relação entre História e práticas.

Por outro lado, o quadro constituído por este passado, e que é o equivalente dos "cenários" atuais da prospectiva, fórmula modelos praxeológicos e, através de uma série de situações, uma tipologia das relações possíveis entre um querer concreto e as variantes conjunturais; analisando as derrotas e as vitórias, ele esboça uma ciência das práticas do poder.

.....

O real que se inscreve no discurso historiográfico provém das determinações de um lugar. Dependência com relação a um poder estabelecido em outra parte, domínio das técnicas concernentes às estratégias sociais, jogo com os símbolos e as referências que legitimam a autoridade diante do público são as relações efetivas que parecem caracterizar este lugar da escrita.

.....

Dito de outra maneira, aquele que *faz história*, hoje, parece ter perdido o meio de apreender uma afirmação de sentido como um objeto de seu trabalho, para encontrar essa afirmação no próprio modo de sua atividade. Aquilo que desaparece do produto aparece na produção. (CERTEAU, 1982, p. 40).

Finalmente, orientado por esta trajetória, Certeau (1982) propõe a relação existente entre os discursos determinados e os lugares onde são produzidos:

Entrada do sujeito no seu texto (...) à maneira de uma lacuna intransponível que, no texto, traz à luz uma falta e faz andar ou escrever, sempre, e cada vez mais. Esta lacuna, que assinala o lugar no texto e questiona o lugar pelo texto, remete, finalmente, àquilo que a arqueologia designa sem o poder dizer: a relação do logos com uma archê, "princípio" ou "começo" que é seu outro. Este outro, sobre o qual se apóia e que a torna possível, a historiografia sempre pode colocá-lo, antes; "levá-lo cada vez mais para trás, ou ainda, designá-lo

através daquilo que, do real, autoriza a representação, mas não lhe é idêntico. A archê não é nada daquilo que pode ser dito. Ela só se insinua no texto pelo trabalho da divisão ou com a evocação da morte. (CERTEAU, 1982, p. 25, grifo nosso).

Percebemos, dessa forma, que as mudanças na estrutura e nos discursos que enunciam o que é ser negro no Brasil, fundamentam-se em condições de possibilidades instauradas em um arquivo gerado a partir de acontecimentos que compõem a memória do povo brasileiro, seja por meio dos discursos oficiais, localizados nas leis, seja pelas narrativas ordinárias que vicejam dos adágios populares, das lutas ou dos silêncios, que invadem como fumaça, que anuncia fogo e que tornará a invadir o campo, ao sabor do vento.

5 A TENSÃO NA FRONTEIRA ENTRE O CÔNCAVO E O CONVEXO: a produção dos sentidos na análise e discussão dos dados

5.1 Problema, hipótese e trajeto metodológico

Como dito, o objetivo inicial desta pesquisa consistia em investigar como o *ethos* discursivo sobre o sujeito negro poderia ser construído na memória coletiva por meio da publicidade brasileira, a partir da hipótese central que essas materialidades estariam circulando socialmente, de forma a ratificar a perspectiva colonialista, na qual se fundamentaria a imagem do negro brasileiro.

No entanto, no decorrer da observação e análise dos dados, notamos a presença massiva de outras formas de enunciar o negro no discurso da publicidade, o que nos levou a ampliar o olhar de pesquisador para outros elementos constantes no arquivo discursivo sobre o que é ser negro no Brasil, os quais poderiam justificar tamanha variação nos sentidos construídos acerca dos dados coletados.

A partir dessa constatação, voltamos nosso olhar para as leituras da Análise do Discurso de Escola Francesa, considerando as contribuições de Dominique Maingueneau. Mais que a constatação de um *ethos* discursivo, enunciados e enunciações, o processo discursivo, presente nos textos publicitários, mantinham uma íntima relação com uma História Nova, momento no qual percebemos a presença de narrativas vulgares, nunca registradas pelas instituições oficiais, as quais estariam recontando uma nova forma de ver o negro no Brasil.

Assim, a partir destas mudanças na forma como a *episteme* foi se configurando, à medida que os dados eram encontrados, questionamentos a mais foram se somando aos anteriores, quais sejam: **Que saberes são construídos sobre o negro pelo viés da publicidade no Brasil? Como a enunciação marca a flutuação dos efeitos de sentidos nos discursos que circulam socialmente? De que forma o *ethos* discursivo é percebido ao associar saberes, enunciados e enunciações?** Perguntas que se somaram à questão central desta pesquisa: a publicidade que promove o movimento do sujeito negro para outros lugares diferentes daqueles produzidos na História Oficial, mantém sinais desta História no percurso discursivo de suas produções?

O desenvolvimento desta pesquisa, de forma mais aprofundada, revelou-nos que o *ethos* discursivo na publicidade é a ponta de um *iceberg*, constituído de imbricações de ordem

histórica que se materializam nos enunciados, circulam socialmente e autorizam uma forma de ser, por meio das enunciações.

Nesta senda, com vistas na fundamentação teórica para esta análise, apoiamo-nos na visada discursiva de Dominique Maingueneau (2001, 2005, 2008, 2015), mais especificamente em seus conceitos sobre *ethos* discursivo, como um efeito de sentidos da enunciação, produto das práticas discursivas que movimentam a história a partir da ideia de acontecimento.

Sob este ponto de vista teórico, o Sujeito Negro é constituído historicamente e o seu *ethos*, seja ele dito em enunciados ou mostrado nas enunciações, não pode ser considerado como um envelope fechado, espaço vazio para uma identidade, mas como um lugar fadado a constantes e infinitas transformações, dentro de um processo discursivo.

Subjacente a este aporte teórico, a História Nova (FOUCAULT, CHARTIER; BURKE, CERTEAU), sobretudo na perspectiva de Michel de Certeau (1982, 2014), de onde emergem as narrativas vulgares, seriais e descontínuas, é apresentada de maneira relevante para a fundamentação desta pesquisa, a partir do momento que o presente revisita e reinventa o passado, suscitando novas formas de perceber os sentidos que constituem o Sujeito Negro.

Dito isso, consideramos fecunda a união dos aportes teóricos ora apresentados, pois na instância da descontinuidade, perceberemos o *ethos* discursivo como efeito de sentidos das enunciações, produto das práticas discursivas. Isso nos permite analisar a constituição dos *ethé* discursivos ao longo das séries de acontecimentos que reinventam o cotidiano, nos propondo novos estereótipos materializados no campo discursivo da publicidade.

5.2 Critérios para tratamento dos dados

Quanto aos objetivos já apresentados, trata-se de uma pesquisa de cunho qualitativo e de finalidade explicativa, pois “(...) tem como preocupação identificar os fatores que determinam ou contribuem para ocorrência dos fenômenos”. (GIL, 2014, p.28).

O *corpus* foi coletado a partir da observação de sites, revistas e outros meios midiáticos aleatórios. Não trabalhamos propriamente com um conjunto de textos efetivos de um espaço discursivo fechado, mas pautados no caráter virtual dos discursos, entendido como o conjunto “(...) dos enunciados que **podem** ser produzidos de acordo com as restrições da formação discursiva”. (MAINGUENEAU, 2005, p.21, grifo nosso). Assim, não partimos de um conjunto pré-definido de textos publicitárias, o que significa que qualquer publicidade

pôde ser tomada para ilustrar ou demonstrar uma ou outra afirmação em relação ao negro no Brasil.

Diante dessa premissa, a quantidade de ocorrências não constituiu foco das atenções dessa pesquisa, mas sim as variadas formas de representar o negro na publicidade, que tiveram valor demonstrativo. Assim sendo, procuramos, dentro das condições de possibilidades previstas por meio das teorias basilares, apresentar várias ocorrências que consideramos significativas para um debate produtivo e suscetível a novas e futuras intervenções.

No delineamento da análise o material coletado foi organizado, observando as regularidades apresentadas, de forma que os dados foram reunidos em três eixos temáticos voltados para a mulher negra, o cabelo como manifestação de identidade e a relação do negro com o trabalho.

Quanto à análise dos dados, o trajeto metodológico desta pesquisa, como já dito anteriormente percorreu os princípios teóricos da AD, propostos por Dominique Maingueneau (1993, 2005), sob a orientação dos seguintes critérios teóricos destacados para análise:

1. Modo de enunciação;
2. Posicionamento do sujeito quanto à dêixis enunciativa;
3. Encadeamento dos recortes discursivos, considerando as descontinuidades históricas, a partir do princípio do modo de coesão, a fim de determinar o percurso temático assumido pela materialidade em debate;
4. Organização das séries encontradas a partir do princípio da dissimetria ligada a ordem da gênese, ou seja, localizar o discurso primeiro e o discurso segundo;
5. Efeitos de sentidos contidos nos *ethé* discursivos, a partir da relação do *ethos* dito (enunciado) e *ethos* mostrado (enunciação), imbricando acontecimento e discurso.

O primeiro critério, análise do modo de enunciação, surgiu na refutação de uma das hipóteses fulcrais, quando, inicialmente, percebemos que os dados coletados não seguiam uma constante, no que tange a leitura de um espaço discursivo de ordem colonialista. Desta forma, percebemos outros modos de enunciação do negro na publicidade no Brasil.

Para Maingueneau (2005, p. 94 e 97), o modo de enunciação é uma maneira de dizer um discurso:

O modo de enunciação obedece às mesmas restrições semânticas que regem o próprio conteúdo do discurso. Não somente o modo de enunciação torna-se frequentemente **tema do discurso, mas, além disso, esse conteúdo acaba por “tomar corpo” por toda parte, graças ao modo de enunciação(...)** (MAINGUENEAU, 2005, p. 97, grifo nosso).

Essa maneira de dizer um discurso propõe, dentro das condições de enunciabilidade, temas que demarcarão o modo de habitar o mundo, também denominado de *ethos* discursivo.

Corroborando este princípio, propomos como segundo critério para análise dos dados a constatação do posicionamento do sujeito negro, quanto à *dêixis* enunciativa. Neste ponto, Dominique Maingueneau (2005) alerta-nos para o empréstimo do termo da Linguística, uma vez que a aplicabilidade aponta para o âmbito discursivo, ou seja, “o conjunto de localizações no espaço e no tempo que um ato de enunciação apresenta” (MAINGUENEAU, 2005, p. 93). De outra forma, esse critério define o possível lugar de onde fala o sujeito, “uma função vazia que pode ser preenchida por indivíduos até certo ponto indiferentes quando eles acabam por formular um enunciado” (MAINGUENEAU, 2005, p. 53). Assim, a *dêixis* enunciativa delimita uma cena e uma cronologia que o discurso, produto de práticas discursivas, constrói para autorizar sua enunciação, conforme as restrições da formação discursiva.

A partir dos critérios de análise apresentados, percebemos a delimitação de uma cena de enunciação, ou seja, um lugar social que só pode existir a partir de uma teia de lugares discursivos. (MAINGUENEAU, 1993)

Após percorrer este trajeto, esclarecendo o modo de dizer, o “tempo” e o lugar que determinam o posicionamento do sujeito quanto às enunciações constantes nas peças publicitárias analisadas, é mister, diante dos dados oferecidos pelo *corpus*, justapor as unidades que se investem do mesmo espírito discursivo. Desse modo, por meio do critério do modo de coesão, observamos como recortes discursivos diferentes que se inscrevem na lógica de uma descontinuidade, tornam-se equivalentes dentro de condições de possibilidades previstas pelas formações discursivas. Estabelecemos, nesse ensejo, a observância de percurso temático de ordens descontínuas, que ratificaram os *ethé* discursivos constituídos.

A partir deste estágio de análise, procedemos com a aplicação do critério pautados no princípio da dissimetria ligada a ordem da gênese, ou seja, localizamos o discurso primeiro e o discurso segundo, ou concorrente. Nessa etapa, percebemos a evolução dos modos de enunciação no campo discursivo da publicidade, ratificando as mudanças constantes nos saberes autorizados sobre o sujeito negro.

Desse modo, obtivemos, por meio da análise dos temas presentes nas peças publicitárias, quadros descritivos que nortearam a percepção da forma como os saberes sobre o sujeito negro foram construídos, reinventados ou silenciados, momento em que os enunciados mostraram o *ethos* dito e as enunciações, o *ethos* mostrado, produto da imbricação

de práticas discursivas, instituições enunciativas e saberes que são autorizados a circular socialmente.

5.3 Rizoma: do método à dispersão

O questionamento que compõe a essência deste tópico aponta exatamente para um lugar, até então, vazio e que daria sentido a todos os itens colecionados, para indicar a direção por meio da qual contemplaríamos o *ethos* do sujeito negro nas enunciações constantes no campo discursivo da publicidade em momentos diferentes plenos de descontinua.

Ao trilharmos os caminhos das narrativas vulgares que passam a compor o cenário da pós-modernidade, isto é, de uma História Nova, descontínua e serial, o nosso compromisso deixou de ser com blocos temporais bem definidos e a pesquisa ganhou contornos *sui generis*, ao “solicitar” um método que fosse adequado às demandas que irrompiam a todo momento em múltiplos discursos que circulavam na publicidade, manifestando o *ethos* como efeito de sentidos gerados a partir das práticas discursivas que movimentam a História.

Era recorrente, portanto, a nossa indagação quanto ao método que poderia estabelecer esta conexão entre tempos, práticas e produtos tão heterogêneos, à medida que percebíamos linhas de fuga e movimentos para além daquilo que nossas hipóteses imaginavam encontrar.

Nesta senda, elegemos a metáfora do rizoma (DELEUZE; GUATTARI, 1997), considerando sua natureza e princípios. Quanto a sua natureza, o rizoma conecta um ponto a outro qualquer, sem que haja, necessariamente, traços de mesma natureza ali demonstrados. No rizoma, há linhas de articulação que se materializam, mas, sobretudo, consideram-se as direções movediças, trajetos pelos quais cresce e transborda, “movimentos de desterritorialização e desestratificação”. (DELEUZE; GUATTARI, 1997, p.2), considera regiões que ainda estão por vir.

Voltando ao questionamento inicial, momento no qual buscávamos a linha que estabeleceria relações de regularidades em movimentos tão fragmentados, optamos pelo método rizomático, ao considerar as possibilidades de evasão, ruptura e de deslocamento, áreas constantemente visitadas aos vislumbrarmos os trabalhos a partir de perspectivas das narrativas não oficiais.

O rizoma é uma metáfora que aponta para grandes possibilidades em relação ao conhecimento. Formada por uma miríade de pequenas raízes, a composição rizomática se apresenta em uma estrutura emaranhada e entrelaçada que se espalha, sugerindo uma

subversão à tradicional visão arbórea do conhecimento, na qual as raízes se estendem em solo firme, a partir de um tronco que se ramifica em muitos galhos. A figura da árvore é, portanto, a representação cartesiana do conhecimento que se fragmenta, resultante das diversas concepções científicas modernas.

Nesse ensejo, o processo de produção do conhecimento assume um caminho diferente de construção. Não existe uma estrutura fixa que se encarregue de sustentar o conhecimento, ramificando-o em direção à verdade. Tal qual o rizoma, o conhecimento se apresenta em forma fascicular que irrompe em qualquer lugar e se direciona para qualquer ponto. O conceito filosófico de rizoma surge em oposição a ideia fragmentada e positivista de conhecimento, que surge de um ponto fixo e se ramifica em direções autônomas e diferentes.

Quanto aos princípios, o rizoma observará:

i) Princípio da conexão: diferente das raízes das árvores, o rizoma se conecta em qualquer ponto e pode aparecer em qualquer lugar, não remetendo, portanto, a traços da mesma natureza. Nessa perspectiva, “(...) qualquer ponto de um rizoma pode ser conectado a qualquer outro e deve sê-lo” (DELEUZE; GUATARI, 1997, p.4).

ii) Princípio da heterogeneidade: nessa perspectiva intersemiótica, deflagrada a partir da visão de conexão diversificada, será possível administrar o objeto de pesquisa sob diferentes perspectivas, ainda que heterogêneas. Assim, a análise pressupõe o descentramento, ampliando-se sobre outras dimensões e registros.

A metáfora do rizoma preconiza, por meio do princípio da heterogeneidade, estabelecer a conexão entre pontos de naturezas diversas - todo rizoma compreende linhas de segmentaridade segundo as quais ele é estratificado (DELEUZE; GUATTARI, 1997, p.6) - explicando na conexão das descontinuidade, os sentidos que atravessam o linguístico, as organizações de poder, as instituições discursivas a um só tempo, justificando a produção de sentidos construídos no bojo das práticas produzidas por meio das mudanças de itinerário na história contada a partir de olhares múltiplos.

iii) Princípio da multiplicidade: no rizoma a condução nunca deixa o Uno e nem o múltiplo. Não tem começo e nem fim e permite ao objeto a multiplicidade de formas. Como fios em uma marionete, os movimentos não remetem a uma suposta vontade, mas se atam às múltiplas fibras conectadas, promovendo conexões e novos movimentos.

Pensar no rizoma é destituir um sujeito de ser responsável pelas produções de sentido que circulam socialmente. Quando enunciamos, somos produtos de uma história que se refaz a cada acontecimento, a cada novo discurso que surge a partir das transformações das práticas discursivas. O Outro discursivo é um emaranhado de fios que são tecidos, às vezes

por tramas imperceptíveis que desaparecem por conta do uso do produto final do tear. É como se o tecido fosse um eterno devir quanto aos corpos que cobrirá ou às mesas que ornerà. A multiplicidade ligada ao rizoma, entendido a partir das redes de memórias que o constituem, mostram que não há terrenos sólidos, certezas enunciativas, discursos imutáveis ou ethé embalsamados que nos servirão de modelo para reprodução, ou mesmo, relações dicotômicas. O Outro discursivo fundado na reformulação ou suplantação do primeiro está para a renovação contínua, submetido ao domínio da memória e da atualização, cada vez que um novo acontecimento surge sem a licença oficial de quem insiste em manipular as ideias e seus sentidos.

iv) Princípio da ruptura a-sinificante: não supõe qualquer processo de hierarquização. Um rizoma é sempre um devir; um mapa a ser traçado novamente. Nessa metáfora, o rizoma pode ser rompido em qualquer lugar, gerando novas rotas, estratificações e contínuas fugas, desterritorializando terrenos considerados sólidos até então. O devir, na ideia em questão, considera novos sentidos produzidos a partir de trajetos de fuga, no entanto, estes trajetos remetem uns aos outros. Há linhas que aparecem e se reorganizam em territórios movediços, transformando, substituindo, ou mesmo, fazendo desaparecer enunciados e sentidos. O movimento do rizoma também é o movimento dos corpos, das identidades que surgem e passam a significar em outros territórios, com outras faces e novas identidades.

Sob este princípio, percebemos o estabelecimento da comunicação transversal entre espaços diferenciados, embaralhando árvores genealógicas, emaranhando linhas, num movimento antigenealógico, ou seja, o interessante será a tessitura, a irrupção de novos significados, sem preocupação com origens, tempos ou fundações, pois o movimento rizomático aumenta seu território por meio da variação, até que cubra todo o plano de consistência possível, como um animal à espreita que se apropria do mimetismo, se confunde com as linhas da realidade, em movimentos suaves e quase imperceptíveis.

v e vi) Princípios da cartografia e de decalcomania: o rizoma é um sistema acentrado, não hierárquico, e não significativo, sem memória matriz organizadora ou origem central. Não pode ser justificado por nenhum modelo estrutural ou gerativo. É avesso a qualquer ideia de estrutura pivotante.

O rizoma é estabelecido então como mapa e não decalque. Apresenta como uma de suas principais características o diversificado número de entradas, como em uma toca que, mesmo como espaço de habitação animal é a caracterização do próprio rizoma, quando os animais deslizam uns sobre os outros em movimentos não seriais e se acoplando ao espaço da toca – ora um, ora dois juntos. Não podemos ver isso no decalque. Este, por sua vez, gera

matrizes e modelos de reprodução que obedecem e se submetem a uma estrutura copiada, na qual a rigidez impede o movimento por sua condição estrutural: “(...) o decalque já não reproduz senão ele mesmo quando crê reproduzir outra coisa”. (DELEUZE E GUATTARI, 1997, p.9). O mapa se presta a poderes significantes, abertura de novos caminhos, enquanto o decalque neutraliza subjetividades e se deixa achatado por modelos e redundâncias.

5.4 Uma ordem na dispersão: justificando o método

Como explanado até aqui, o uso do método rizomático está justificado pela necessidade de observarmos e descrevermos as regularidades existentes na dispersão; pela virtualidade do corpus (MAINGUENEAU, 2005), o qual será percebido em suas transformações e caracterizado pelos traços heterogêneos constantes nos arquivos que fundamentarão o movimento de corpos no mundo, justificando o aparecimento de cada *ethè*; pelo caráter descontínuo com o qual trabalhamos as narrativas construídas sob o enfoque da Nova História (CERTEAU, 2014).

Também pontuamos, para uso do método, a característica inconsistente das formações discursivas que habitarão o interdiscurso, arquivo de onde colheremos as materialidades e observaremos as condições de enunciabilidade de discursos que circulam socialmente, que buscam na memória e na atualização os devires que alimentarão o processo discursivo.

Por fim, como possibilidade de traçar a relação entre árvores genealógicamente tão díspares, mas que o olhar do pesquisador e os critérios ora propostos, possibilitam a abertura de novas relações de sentido e condições de enunciabilidades.

5.5 Análise das peças publicitárias

Nomeamos cada subitem a seguir aproveitando os enunciados constantes no arquivo discursivo do negro no Brasil, os quais evocam uma forma de se movimentar no mundo social.

5.5.1 “Mulata pra fornicar e preta pra trabalhar”: ethos discursivo da mulher negra na publicidade

Segundo Gonzalez e Hasenbalg (1982), a História do Brasil é marcada pela obstinada busca de silenciamento e invisibilidade do negro. Dentre os acontecimentos que

emergem dessa constatação, é perceptível o lugar invisível de onde fala o negro na história do país. Além disso, fatos como a queima de documentos relativos ao tráfico de escravos ou a retirada sobre o quesito da cor nos censos dos anos de 1900, 1920 e 1970, demonstram a resistência quanto ao reconhecimento ou debate sobre quaisquer questões ligadas a embates raciais.

Nesse quadro, temos a constatação que os indícios de escamoteamento ou silenciamento do sujeito negro relacionam-se ao processo da construção da identidade do povo brasileiro.

Sob o critério do modo de enunciação, constatamos que as materialidades apresentadas, admitem em seus enunciados, um modo de se inscrever historicamente que nos permite definir um curso comum dentro de regularidades enunciativas, demarcando um espaço e uma voz que atestam uma forma de ser negro na sociedade, dito de outra forma, define uma identidade.

Observamos a alusão à temática centrada na sensualidade latente da mulher negra, que continua sendo objeto de prazer.

Para Gonzalez; Hasenbalg (1982, p.107),

(...) 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 objeto de divertimento.

Neste ensejo, o percurso discursivo delineado nos nós constantes nas redes de sentidos, presentes em um arquivo a ser considerado dentro da Literatura, por exemplo, não são poucas as vezes em que a negra é apresentada de forma voluptuosa e subserviente, acessível para suprir os anseios sexuais dos senhores, seus donos. Lugar ratificado no quadro já apresentado por meio do texto de Bandeira (1936), *Irene no Céu*, ou ainda no comportamento já descrito por Jorge de Lima (1928), episódio em que a negra é citada como ladra e lasciva, em *Essa negra fulô*:

Essa negra Fulô!
Essa negra Fulô!

Ó Fulô! Ó Fulô!
Cadê meu lenço de rendas,
Cadê meu cinto, meu broche,
Cadê o meu terço de ouro
que teu Sinhô me mandou?
Ah! foi você que roubou!
Ah! foi você que roubou!

Essa negra Fulô!
 Essa negra Fulô!
 O Sinhô foi açoiar
 sozinho a negra Fulô.
 A negra tirou a saia
 e tirou o cabeção,
 de dentro dêle pulou
 nuinha a negra Fulô.

Cristalizado na memória discursiva, o mito da negra sensual, presa às narrativas literárias, irrompe em outras materialidades reproduzindo e transformando sua identidade na maneira como é enunciada no processo discursivo. Nas campanhas abaixo, constatamos uma das formas pelas quais a publicidade corrobora para a construção do *ethos* discursivo da mulher negra, por meio do modo de enunciá-la:



Figura 18: Publicidade Cerveja Laurentina

Fonte: <http://www.vermelho.org.br/noticia/164158-1>

É no corpo da mulata que a senzala materializa sua marginalidade. Embora ela mostre força, resistência, capacidade de manipulação por meio da sedução, diz-se dela que é mercadoria, algo destinado e reservado para o prazer, que apesar de atenuar os castigos momentâneos, não dissolverão os danos da realidade corrosiva.

Para Achard (1999), a análise da construção discursiva do sentido e o seu funcionamento repousa sobre o seguinte fundamento:

(...) a memória não pode ser provada, não pode ser deduzida de um *corpus*, mas ela só trabalha ao ser reenquadrada por formulações no **discurso concreto** que encontramos. O implícito de um enunciado, não contém sua explicitação, não se pode provar que ele tenha existido em algum lugar. O que funcionariam seriam os operadores linguageiros imersos em uma situação, que condicionam o exercício de uma regularidade enunciativa (...). Através das retomadas e das paráfrases, produz-se na memória um jogo simbólico que constitui uma questão social. (ACHARD, 1999, p.8)

Sob a proposta do 2º. Critério de análise, por meio da dêixis enunciativa, observamos o entrelaçamento de imagens e enunciados na construção do *ethos discursivo* na peça publicitária. Sob a temática voltada para o corpo da negra, os *ethé* relativos à arte da cervejaria e da mulher negra convergem para a construção de uma corporalidade ligada à sensualidade, materializados no corpo da mulher e da bebida.



Figura 19: Publicidade Cerveja Devassa

Fonte: <http://www.diariodocentrodomundo.com.br/o-verdadeiro-crime-da-propaganda-racista-da-cerveja-d>

Sob o mote “é pelo corpo que se reconhece a verdadeira negra” e “esta preta foi de boa para melhor”, as marcas de cervejas pretas “Devassa” e “Laurentina” atrelam-se ao estereótipo da negra sensual, não mais como aquilo que dá nome a uma bebida, mas às imagens pré-dicursivas construídas sobre a mulata.

O corpo devasso negro, não é mais da bebida de gosto diferenciado e textura aveludada, que preencheria de maneira mais densa o paladar, tendenciosamente masculino, mas é o da negra sensual que no imaginário coletivo, entorpece e escraviza com a mesma intensidade. Convergem e ganham sentido na construção do *ethos* dito, consolidado por meio da voz institucional que a apresenta como mercadoria (a cerveja ou a mulata?). É o *ethos* mostrado, que demarca as características da mulher objeto, disponível para ser degustada.

Com efeito, tomar a palavra significa, em graus variados assumir um risco; a cenografia não é simplesmente um quadro, um cenário, como se o discurso aparecesse inesperadamente no interior de um espaço já construído e independente dele: é a enunciação que, ao se desenvolver, esforça-se para constituir seu próprio dispositivo de fala (MAINGUENEAU, 2001, p.87).

A alusiva relação sexista, machista e racista objetifica, diminui e orienta a criação simbólica da identidade da mulher negra (*ethos* mostrado), que saiu do espaço das senzalas e foi para a literatura sob o mesmo estereótipo: boa de cama e de fogão.

O depreciativo modo de enunciar a mulher negra, ainda é percebido em diversas campanhas publicitárias, obedecendo às mesmas restrições de sentidos, os quais passam a reger o lugar de onde fala esta mulher, embora, cronologicamente, sua identidade ainda esteja aprisionada a uma perspectiva colonialista e objetificadora do corpo da negra.

As campanhas publicitárias, durante algum tempo, apresentaram em sua tessitura, efeitos de sentidos que ratificavam estas mesmas regularidades. Na campanha abaixo, apresentada pela marca Duloren, em alusão ao Dia das mães (2011), as fronteiras dos sentidos construídos em torno da corporalidade da mulher negra são constituídas a partir de recortes de tempos descontínuos, ao relacionar a sensualidade, a pobreza e a ideia de produção independente, que não deixa de estar atrelada aos nós que relacionam o empoderamento e a clandestinidade da amante que se presta a saciar os desejos de seus muitos senhores.



Figura 20: Campanha de Dia das mães Duloren

Fonte: <http://tudibao.com.br/2011/12/duloren-e-suas-propaganda-polemicas.html>

A existência desta sensualidade latente, ligada à perversão, também é percebida no jogo de sentidos estabelecidos, dentro das condições de enunciabilidade oportunizada pelas formações discursivas que passam a constituir o lugar de onde fala esta negra. Quanto a esta condição que enlaça o marginal e a lubricidade, Rodrigues (2011, p.64) afirma que “a sensualidade do negro pode atingir então às raias quase das perversões sexuais mórbidas. A excitação genética da clássica mulata brasileira não pode ser considerada anormal”. Destarte, os saberes que povoam o arquivo sobre a mulher negra no Brasil, atesta um corpo que é enunciado, não raras as vezes, em uma atitude de devassidão, atribuída por sua própria forma de ser, ratificada, inclusive cientificamente.

Na campanha da Duloren (2012), sob o mote “Pacificar foi fácil, quero ver dominar”, a relação da pacificação, enquanto acontecimento que ratifica o discurso sobre o negro, como produto de práticas marginais e à margem da lei, é confrontada com o sentido de dominar.



Figura 21: Campanha *Duloren*

Fonte: <http://exame.abril.com.br/marketing/10-acoes-publicitarias-acusadas-de-promover-racismo/>

Ana Paula, mulher bela e negra, moradora da favela da Rocinha, lugar simbólico das pacificações nos morros cariocas, onde ocorreram os primeiros embates para implantação das UPPs, ocupa o lugar tantas vezes a ela atribuído, e uma identidade não estranha aos saberes, muitas vezes evocados da teia de memória sobre esta mulher de pele escura:

(...)Ai, mulata assanhada
 Que passa com graça
 Fazendo pirraça
 Fingindo inocente
 Tirando o sossego da gente (...)
 (ATAULFO ALVES, 1956)

Apesar da atitude de empoderamento, a negra é enunciada de uma lage e percebida como a mulata que continua a usar o corpo como forma de confrontar os limites impostos pelas instituições enunciativas que a colocam à margem, capaz, até mesmo, de desacatar autoridades instituídas em nome da Lei e da ordem.

Nos textos imagéticos ora analisados e à luz do segundo critério de análise - posicionamento do sujeito quanto à dêixis enunciativa - os anúncios publicitários se apropriam de imagens estabilizadas de uma corporalidade que é colocada para enunciar o lugar do sujeito negro

(*ethos* dito): a mulata se vale da sua sensualidade e que embriaga, incendeia, desacata e conquista seu lugar de destaque, mas, na verdade, ainda está presa à condição escrava, desumana, de assédios e violências (*ethos* mostrado).

Nessas condições, o lugar estabelecido para a negra na publicidade compõe um arquivo revisitado, onde sentidos são confrontados e transformados, determinando quais identidades o sujeito negro ocupará dentro de um percurso discursivo. Ainda acerca da relação da noção de FD e a subjetivação dos sujeitos em meio ao processo discursivo, autorizando saberes a circular socialmente, Maingueneau (1993, p.59) pontua a mutabilidade quanto ao caráter das identidades produzidas, pois “(...) propõe a positividade de um lugar no qual o discurso se articula sem, no entanto, reduzir-se a ele”.

Segundo Martins (2011), a imagem do sujeito negro encontra-se fortemente arraigada à literatura do século XIX. Imagens do bom negro, consolidando a submissão; o negro ruim, ligado a uma imagem de violência e selvageria ou da mulata que personaliza a volúpia.

Considerando os recortes discursivos apresentados, dentro das descontinuidades históricas que compõem estes saberes sobre a negra no Brasil, observamos o modo como os anúncios publicitários sobre a mulher negra dialogam dentro de uma regularidade, que também demonstram o percurso discursivo assumido e que se relacionam a todas outras mulheres negras.

Na organização das séries encontradas, descrevemos o discurso primeiro sobre a mulher negra. O mito da mulata assanhada e pirracenta que provoca e consegue seu lugar por eio da sedução. A história e memória entrelaçam-se na materialização da tensão entre o discurso da democracia racial e o discurso racista.

No entanto, como exposto por nós, nos momentos introdutórios, aprouve à história mudar seus cursos, como reação à erupção de acontecimentos, que em resposta, remontam às práticas discursivas, como em um carrossel, com seus altos e baixos, ora mais próximos dos seus mitos fundadores, ora errante, quase diluídos pela luz que faz estes mesmos mitos sublimarem e desaparecerem.

Assim, ao lançarmos luz sobre o mofo cultivado na escuridão do pensamento colonialista, os estereótipos que prendiam esta mulher negra aos porões das senzalas, são transformados, pouco a pouco, em manifestações de auto aceitação e orgulho identitário, momento em que percebemos que o próprio negro é transformado em mercadoria, não de forma depreciativa, quando justificadas pelas regularidades enunciativas presentes nas materialidades em análise, a negra é, claramente, objetificada e ofertada para consumo.

Segundo Bauman (2008), o sujeito pós-moderno, independente do lugar que ocupa na sociedade, é aliciado e atraído a promover uma mercadoria sedutora e necessária:

São, ao mesmo tempo, os promotores das mercadorias e as mercadorias que promovem, **são, simultaneamente, o produto e seus agentes de marketing, os bens e seus vendedores (...)**

O teste em que precisam passar para obter os prêmios sociais que ambicionam, exige que remodelam a si mesmos como mercadorias, ou seja, como produtos que são capazes de obter atenção e atrair demandas e fregueses. (grifo nosso). (BAUMAN, 2008, p. 13)

A ideia de ser mulata deixa de ser vendida como um produto desvalorizado e transfigura-se para a própria imagem do sujeito negro que, concomitantemente, é sujeito de um discurso que também é mercadoria: a liberdade de ser mulata, respeitada, autovalorizada e situada em sua negritude.

Dessa forma, na tarefa de sanar as injustiças sociais cometidas contra a população negra no decorrer da história do povo brasileiro, acontecimentos, como a Lei Magna ou a Lei 12.288, de 2010, surgem como outros nós que amarram a teia da memória a outras práticas discursivas, e autorizam outros saberes, os quais enunciam lugares de equidade para o negro, quanto à forma de ser e habitar o mundo.

No entanto, as materialidades, produtos deste percurso ora inaugurado, ainda reúne lampejos de um discurso excludente, mas que ao mesmo tempo ilumina os novos lugares a serem ocupados pela mulher negra. Nas campanhas abaixo, as regularidades enunciativas percebidas nos anúncios publicitários, passam a ofertar a ideia de ser negra como uma opção apazível e que passa a ter um registro histórico positivo, vejamos:



Figura 22: Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=fZK5A57qn3Q>

Na publicidade em análise, lançamos luz sobre a questão de orgulho de ser negro como um prêmio conquistado em uma sociedade injusta e excludente. Nesse anseio, este sentido pode transfigurar-se na fronteira onde sujeito e mercadoria se confrontam e convergem para a ideia de auto aceitação.

Na peça publicitária em questão, a palavra *acima* repetida e antecedendo a outras, de sentido negativo, os quais, até então, demarcaram as identidades degradantes assumidas pela mulher negra, evoca um discurso de aceitação, materializado no enunciado final: *Sou negro acima de tudo*. Dito de outra forma, a enunciação da cena em questão constitui-se em uma nova forma de significar a mulher negra, outrora fadada a condições degradantes, mas que a partir do que é enunciado e autorizado pelas instituições do saber, produz novas práticas discursivas que mudam a direção do que pode e deve ser dito sobre a mulata.

A mulata assanhada, de quem era esperado o desacato e a imoralidade é redefinida socialmente, por uma nova forma de enunciar, que a coloca em outros lugares e tempos, diferentes dos porões e senzalas.

“*O que te define é o seu olhar*”. Empoderada e avessa a estereótipos, a negra enunciada nos novos anúncios publicitários vende a beleza dos olhos e do *olhar*. Este olhar é constituído historicamente. Reúne os acontecimentos que, mantendo “uma dupla relação com a descontinuidade”, suscita linhas de rupturas e elimina outras. Passado e presente convergem. Resgatam mitos, ao passo que desterritorializam e os transformam em novas formas de habitar e de significar no mundo social. “*Separa, define e dá volume*”, enunciam o mito da luta que ainda é travada nos sentidos de autoaceitação, com seus traços característicos e sem a necessidade do embranquecimento apregoado por séculos.



Figuras 23 e 24: Campanha Avon

Fonte: <http://adnews.com.br/adgallery/avon-um-olhar-aberto-te-define-1.html>

Para Maingueneau (2005), a presença do Mesmo do discurso e seu Outro é a resultante do primado do interdiscurso que se inscreve na perspectiva do já dito. Afirma ainda que todo enunciado rejeita outro enunciado, seja ele já dito, ou suscetível ao domínio da antecipação:

Quer dizer que esses enunciados têm um direito e um avesso indissociáveis. Deve-se decifrá-los sobre o seu “direito” (relacionando-os a sua própria formação discursiva), mas também sobre o seu “avesso”, na medida em que estão voltados para a rejeição do discurso do seu Outro (MAINGUENEAU, 2005, p. 40)

É pertinente pontuar que este jogo, ora estabelecido, em nada se assemelha a uma proposta dicotômica e fechada. O Outro não está em um envelope, mas sujeito aos acontecimentos que farão surgir as condições de enunciabilidade de novos sentidos, abalando os fundamentos de uma memória já cristalizada.

Maingueneau (2005) admite que o modo de enunciação pode apontar para uma relação de filiação e de descontinuidade com uma formação discursiva.

De acordo com estes pressupostos, os discursos passam a significar a negra não mais como uma ameaça para as famílias de bem; não mais como o corpo sensual e atrevido, capaz das maiores conquistas a troco de sexo, mas, *acima* de todos os saberes, como um sujeito que enuncia de lugares destinados aos brancos e ditos competentes.

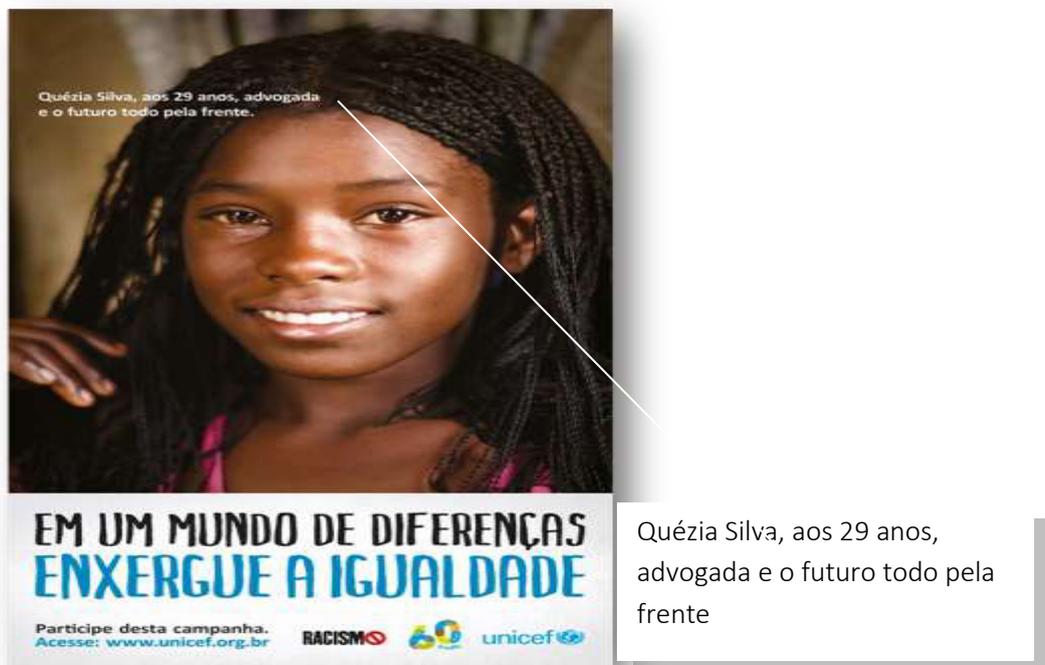


Figura 25: Campanha UNICEF

Fonte: <http://infoativodefnet.blogspot.com.br/2011/05/inclusao-racismo-e-diferenca.html>

Nas regularidades desta série, é possível perceber um percurso temático no qual a persistência de um discurso segundo é latente. Voltado para a aceitação da negra, a forma de olhar figura-se como elemento que faz aparecer a nova forma de enunciar a negra, não mais pelo olhar de um mundo branco que a inferioriza, mas à luz da aceitação que evoca novas oportunidades não admitidas historicamente.



Figura 26: Campanha Dove

Fonte: <http://exame.abril.com.br/marketing/dove-mostra-que-existe-beleza-fora-da-caixa/>

A mulher negra é enunciada com suas características, assumindo subjetividades e lugares sem a necessidade da objetificação do corpo ou do embranquecimento. Neste itinerário, o desaparecimento do discurso primeiro no enunciado “*Imagine uma mulher gaúcha, loira, nariz delicado e cheia de atitude*”, sinaliza, na verdade, a transição entre discursos que resultará na sobreposição de estereótipos percebidos na lateralidade do que se enuncia:

A imagem da mulher negra, e especialmente da mulher mestiça, como fortemente sexualizada e dona de uma sensualidade exacerbada, é uma representação comum da mulher “de cor” na produção cultural brasileira, estando na literatura desde o período colonial (...) podemos apontar a valorização do corpo da mulher negra e as referências diretas à questão eróticossexual como características comuns aos anúncios colocados nessa categoria. (Martins, 2011, p. 55).

Apesar dos saberes autorizados a circular, retirando a negra do usual lugar da luxúria, a concorrência entre outros discursos é latente no enunciado. Esse efeito de sentido não bloqueia um arquivo em detrimento do aparecimento de outro. Há, na verdade, a coexistência deste transformado com seu Outro já-dito, seu mito fundador:

(...) sobre a mulata, podemos dizer que, de positivo, são reconhecidas suas habilidades culinárias, via de regra, sua higiene, sua resistência física ao trabalho, sua sensualidade irresistível, seus artifícios de sedução, a que sabe recorrer quando canta, dança e se enfeita. Já a soma de seus defeitos é constituída por sua falta de moralidade, por sua falta de responsabilidade, por ela ser muito pródiga sempre. (MUNANGA, 1999, p. 92)

Nessa forma de venda, o enunciado convida ao imaginário (*Imagine uma mulher...*) que surge como algo hipotético, pouco provável, que somente a beleza fora da caixa é capaz de trazer à tona. O impossível. Uma negra civilizada e aprazível aos olhos, ainda que ferindo seu estereótipo primeiro, revolvendo o passado em busca da desterritorialização de sentidos que coloca esta negra em outros lugares, avessos àqueles já cristalizados no arquivo discursivo sobre a mulher negra.

5.5.2 “Mostra-me teus cabelos e te direi quem tu és”: a identidade no fio do cabelo

Nesta etapa de análise do *corpus*, partimos da observação que o discurso publicitário mantém uma relação privilegiada com o *ethos*. Apoiado em corporalidades historicamente validadas. Este tipo de texto busca persuadir, lançando mão de estereótipos a fim de vender seus produtos. Assim, é pertinente e imprescindível investir no entendimento de processos que, silenciosamente, constroem, evocam e transformam discursos e identidades. Perceberemos que os anúncios deixarão de ofertar produtos para *vender ideias ou sujeitos como mercadorias*.

Tomando o Estatuto da Igualdade Racial (Lei nº. 12.288, de 20 de julho de 2010) como acontecimento que ressignifica e transforma sentidos de exclusão e democracia⁹ racial, a publicidade passa a ser significada como espaço de difusão de novos saberes sobre o sujeito negro no Brasil:

Art. 44. Na produção de filmes e programas destinados à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, deverá ser adotada a prática de conferir oportunidades de emprego para atores, figurantes e técnicos negros, sendo vedada toda e qualquer discriminação de natureza política, ideológica, étnica ou artística,

.....
Art. 45. Aplica-se à produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas o disposto no art. 44.

Art. 46. Os órgãos e entidades da administração pública federal direta, autárquica ou fundacional, as empresas públicas e as sociedades de economia mista federais deverão incluir cláusulas de participação de artistas negros nos contratos de realização de filmes, programas ou quaisquer outras peças de caráter publicitário. (BRASIL, 2010 s/p)

⁹ Termo cunhado por Freire (1933), que de forma otimista, propõe que o Brasil serviria de modelo para a humanidade futura por causa da múltipla miscigenação racial, processo que se estenderia a uma metarraça universal. Assim, à medida em que esta metarraça se afirmar, as democracias superarão, de fato, as diferenças étnicas, e procurarão diminuir as desigualdades sociais e culturais da população. (STRIEDER, 2001, p.14)

A partir desse momento discursivo, os significados da relação do negro com os seus cabelos são remontados e o caráter contingente dos enunciados em torno do negro tornam-se, cada vez mais, evidentes, uma vez que os sentidos presentes no interdiscurso darão lugar a novas formações discursivas.

Assim, partindo das publicidades mais antigas, percebemos o cuidado inexistente com as práticas discursivas em torno da imagem do negro em relação aos seus cabelos.

Datado de 1952, o anúncio publicitário da esponja de aço “Krespinha” é caracterizado por uma menina negra, com cabelos crespos, presos com fitas e que vende seu produto sob o reclame: *“No Rio, todos me conhecem. Sou Krespinha – a melhor esponja para a limpeza da cozinha. As paulistas também vão me querer bem”*.



Figura 27: Campanha Esponja de aço Krespinha

Fonte: <http://www.putasacada.com.br/>

Associar os cabelos crespos dos negros a uma esponja de aço é uma prática discursiva que traz no seu bojo o desprezo pelo negro e a “esperança do embranquecimento da raça” no Brasil. O cabelo “ruim” traz à tona a ideia de raça degenerada (SKIDMORE, 2012), de identidades transitórias que aguardam o momento de serem banidas, como num efeito de limpeza. Outras designações como: fuá, designadora de confusão, intriga, fuxico, caspa, doença de pele produzida por piolhos, reforçam a ideia pejorativa de coisa ruim. Aquilo que, portanto, precisa ser consertado (figura 27).

Nesse caso, a enunciação produz uma corporalidade que agrega todas as imagens negativas em torno do *ethos* do negro e sua relação com os cabelos. Essa incorporação é ratificada por um imaginário coletivo que encontra fundamento histórico para provocar adesão ao mesmo discurso.

Para Sousa (1983), estas representações são resultantes de uma relação persecutória do sujeito negro e seu corpo:

A identidade do sujeito depende, em grande medida, da relação que ele cria com o corpo.

A imagem ou enunciado identificatório que o sujeito tem de si estão baseados na experiência da dor, prazer ou desprazer que o corpo obriga-lhe a sentir ou a pensar. Para que o sujeito construa enunciados sobre a sua identidade, de modo a criar uma estrutura psíquica harmoniosa, é necessário que o corpo seja predominantemente vivido ou pensado como local e fonte de vida e prazer. As inevitáveis situações de sofrimento que o corpo impõe ao sujeito, têm que ser esquecidas, imputadas ao acaso ou agentes externos ao corpo. Só assim, o sujeito pode continuar a amar e cuidar daquilo que é, por excelência, condição de sua sobrevivência. (...) **Um corpo que não consegue ser absolvido do sofrimento que infringe ao sujeito torna-se um corpo perseguidor, odiado, visto como foco permanente de ameaça de morte e dor.**

Os esforços para curar a ferida vão então suceder-se numa escalada patética e dolorosamente inútil. Primeiro tenta-se metamorfosear o corpo presente, atual, de modo penoso e caricato. São pregadores de roupas destinados a filar o nariz **ou os produtos químicos usados para alisar o cabelo ruim.** (grifo nosso) (SOUSA (1983, p.6-7)

GRANDES DICAS

Cabelo Crespo tem Solução®

FERNANDO FERNANDES

14 Anos como cabeleireiro

10 Como estúdio do padrão estético negro

25 Cursos de especialização no Brasil e E.U.A.

Só profissionais com especialização nos E.U.A.
Veículo do Salão à disposição dos clientes
Acesse nossa página na Internet:
<http://www.originet.com.br/hworks/fernando.htm>
Rua Gaspar Soares, 390
Santana - São Paulo - S.P. - 02041-020
PABX/Fax: (011) 950-9019

Figura 28
Fonte: Revista Raça, 1996, p.9

Meu cabelo liso
ressalta o melhor de mim.
Por isso, gosto dele forte.

Novo TRESSEMP® SELAGEM CAPILAN

Figura 29
Fonte: Acervo pessoal

Assim, quando se enuncia “Cabelo crespo tem solução” (figura 28), a campanha publicitária, sobre tratamentos para cabelos “ditos ruins”, propõe-se dentro de um interdiscurso povoado pelas ideias de “higienização”, de um povo acometido pelo mal da presença do negro, a limpar quaisquer traços que evoquem ou conduzam este sujeito negro a inscrever-se numa formação discursiva de onde emanam sentidos de dor, de morte ou de raça inferiorizada. O negro é convidado a construir um *ethos* aceitável socialmente por meio dos seus cabelos: “Meu cabelo liso ressalta o melhor de mim” (figura 29). “O sujeito negro, possuído pelo ideal de embranquecimento, é forçado a destruir os sinais de cor do corpo (...)”. (SOUSA, 1983, p. 7)

Quando a publicidade anuncia “a solução para o crespo” (figura 28), enuncia os sentidos da brancura perdida, um *ethe* coletivo que corporifica uma raça estragada, um povo escravizado, de gente humilhada que necessita apagar sua história a qualquer custo.

Os sentidos evoluem do ser ruim para ter uma solução e somente assim conseguir ser alguém melhor.

Para Sousa (1983, p. 5),:

O racismo esconde assim seu verdadeiro rosto. Pela representação ou persuasão, leva o sujeito negro a desejar, invejar, projetar um futuro identificatório antagônico em relação a realidade do seu corpo e de sua história étnica e pessoal. Todo ideal identificatório do negro converte-se, desta maneira, num ideal de retorno ao passado, onde ele poderia ter sido branco, na projeção de um futuro, onde seu corpo e identidade negros deverão desaparecer.

Há, no entanto, ainda que acorrentadas em meio às corporalidades oriundas da senzala, aquelas que mantêm os protestos de resistência. Que assumem sua verdadeira forma e que não negam as origens dolorosas.

Há quem assuma “suas curvas”. No entanto, esta atitude evoca as representações de sensualidade construídas sobre a imagem da mulher negra.

Ao enunciar “As curvas que não saem da sua cabeça” (figura 30), ou seja, ao assumir a forma natural dos seus cabelos, características do povo negro, também são, conforme a campanha, as curvas que não saem “nem da cabeça dos homens”. Surgem paralelos os *ethe* híbridos, colocando lado a lado a mulher que assume sua verdadeira identidade por meio dos cabelos e aquela que ainda está acorrentada ao corpo da negra sensual, que existe para satisfazer os desejos dos homens.



Figura 30
Fonte: Revista Raça, ano 7, n.69 jul/ago, 2003, p.9

É ratificada a ideia de raça forte e cheia de sedução, e assim, o leitor é convidado a compartilhar e reconhecer algo familiar ou aceitável, reforçando crenças e estereótipos difundidos historicamente:

A imagem da mulher negra, e especialmente da mulher mestiça, como fortemente sexualizada e dona de uma sensualidade exacerbada, é uma representação comum da mulher “de cor” na produção cultural brasileira, estando na literatura desde o período colonial (...) podemos apontar a valorização do corpo da mulher negra e as referências diretas à questão erótico-sexual como características comuns aos anúncios colocados nessa categoria. (MARTINS,2011, p. 55)

Dito isso, ressaltamos, mais uma vez, o caráter problemático, provisório e variável da construção de identidades do negro. Observamos que a partir da relação com o cabelo, o negro na publicidade transita entre aceitar-se, orgulhando-se de um passado de dores e morte ou, definitivamente, apagar-se da história, ao tentar “embranquecer” traços fenotípicos que também participam da composição da sua identidade.

Apesar da demonstrada instabilidade, o Estatuto da Igualdade Racial (2010) irrompe como um nó na teia de sentidos que concentrará novas formações discursivas, as quais tentarão desvincular a imagem do negro da tirania da política de embranquecimento, silenciosamente promovida pelo imaginário da democracia racial. A relação de liberdade e orgulho dos cabelos passa a ser o efeito de sentido que povoará uma nova formação discursiva, presente no interdiscurso. Não mais atrelado “ao ser ruim”, ao *ethos* de serviçal ou

de objeto sexual, oriundo das senzalas para os serviços mais torpes e insignificantes. Não mais articulado à esperança de um país “saneado” do mal chamado negro.



Figura 31: Fonte: <https://pt-br.facebook.com/meucabelominhaidentidade>.

Segundo Lody (2004, p.43), “cabelos são memoráveis distintos de identidade étnica, inclusão social e, especialmente, de revelação de luta pela liberdade, pelos direitos de igualdade e cidadania”. O negro assume então seus cabelos como forma de ratificar e resgatar a identidade silenciada, perdida ou vergonhosamente aprisionada nas cruéis senzalas nas quais ainda estava encerrada a publicidade brasileira.

Os produtos passam então a enunciar, não mais a solução para o cabelo ruim, mas os sentidos de aceitação e orgulho, ouvidos como a segunda abolição da escravatura. Não mais aquela proclamada para o negro, mas a libertação oriunda do próprio negro (figura 31). O *ethos* transitará do escravo para o homem livre.

Aceitar os cabelos passa a significar a libertação dos sentidos da raça inferior que está à espera da limpeza, do branqueamento ou da melhora (figura 32).



Figura 32: Fonte: <https://pt-br.facebook.com/meucabelominhaidentidade>



Figura 33: Campanha publicitária da Garnier
 Fonte: <https://www.putasacada.com.br>

O cabelo agora empodera o negro. Este saber constrói corporalidades que são deslocadas dos depósitos de escravos e passam a habitar uma comunidade imaginária onde o negro é colocado em posição de reunir poderes a fim de novamente proclamar a nova condição de liberdade: *o ethos* do homem livre. Os padrões eurocêntricos (figura 32) que detinham as chaves da liberdade, seja pela literal libertação das senzalas, seja pela liberação da missão de limpeza da raça ruim do território brasileiro, agora, por meio da publicidade (figura 33), entroniza o negro (referência à palavra rainha), significando que a aceitação do seu cabelo o emancipa a uma condição de superioridade e de poder.

A aceitação do cabelo do negro pelo próprio sujeito negro e os cuidados com a textura peculiar, por meio da oferta de produtos e ideias que agora valorizam e não mais propõem soluções, deixam em evidência as identidades que emergem historicamente a partir de novas incorporações e de novas formas de habitar o mundo.

5.5.3 “Nasceu com um pé na cozinha”: lugares do negro no mundo do trabalho

É inevitável o olhar para a relação do negro com o trabalho, ao trilharmos o percurso discursivo no qual este sujeito é enunciado. Ao revisitar outros mitos que povoam as teias da memória sobre o negro no Brasil, nos deparamos com saberes que o subjetivam, de forma a enunciar-lo pelo viés da subalternidade, do espetáculo, da força física e da marginalidade (como ocupação).

Meses antes do acontecimento da Lei Áurea (1888), as práticas que subjetivaram os negros durante séculos, foram comprometidas e repensadas, pois, de outro modo, a vigência oficial da legislação citada, traria grandes perdas aos senhores de escravos pelos negros perdidos. Nesse contexto, a alforria, prática que, por meio das brechas do sistema escravocrata, permitia aos negros mais bem relacionados e posicionados comprar sua liberdade, ainda que em pequenas partidas – sistema de quartamento - deixou de carregar o sentido de libertação, para virar instrumento de dominação (BARROS, 2014).

Por meio de manobras, os senhores necessitados de mão de obra barata, com traços de gratidão, optam por transfigurar, por meio das cartas de alforria, a diferença escrava em desigualdade liberta. Nesse percurso, os sentidos de ser livre transversalizam as diferenças hierárquicas entre brancos e negros, senhores e escravos. Para esta direção, Barros (2014) afirma:

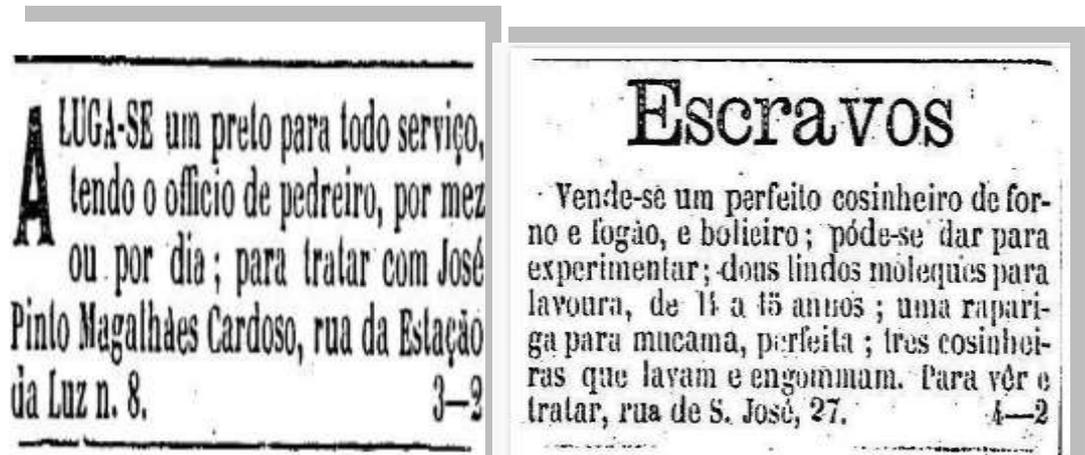
A alforria, teremos que postular, pretende eliminar de um só golpe um certo aspecto da diferença: a pecha de ser classificado como escravo em uma sociedade rigidamente hierarquizada e o peso de sofrer, no interior desta categoria, as agruras mais rigorosas da escravidão. Mas é conhecido, obviamente, o destino de penúrias que seriam o de muitos libertos, os negros alforriados. E é conhecido também (...) o destino de dependência social a que muitos estariam sujeitos em relação aos mesmos senhores que um dia foram seus donos. (BARROS, 2014, p. 128)

Notamos que o arquivo onde coexistem os saberes sobre o negro no Brasil, não poucas vezes, é enunciado dentro de regularidades que evocam embates entre os sentidos da diferença e desigualdade. Nesse sentido, o negro, objeto do seu dono, é posto refém de uma sociedade que não quer e nem pode assumi-lo como mão de obra produtiva. E o que tem pendente este negro para que obtenha, de fato, sua liberdade? A alternativa de perpetuar sua subalternidade e incapacidade produtiva, por meio de manobras de um tempo que enuncia que o negro “amado” por seu senhor, não tem outra escolha senão continuar vinculado a esta forma de habitar o mundo. Neste trecho, contido em uma carta de alforria, citada nos estudos de Bertin (2001), confirmamos nossa inferência:

Declaro que tendo criado nossa escrava Maria, e tendo-lhe grande amor e amizade e desejando favorecê-la do modo que é compatível com as nossas posses (...) resolvemos dar liberdade a dita nossa escrava, sob a condição, porém que ela nos servirá durante a nossa vida, e só depois da nossa morte é que entrará no gozo da sua liberdade, e que se tiver filhos, estes nos servirão como escravos e ficarão bons de pois de nossa morte, assim como sua mãe. (BERTIN, 2001, s/p)

Na trilha cartográfica, descrita pelas regularidades nestes saberes, observamos, em um primeiro discurso, o negro, enunciado como objeto pronto a servir, que, encontra oportunidades para dispor de si, ainda que seja em condição de espetáculo.

O trabalho escravo, passível de exploração, tanto quanto fosse possível trazia à tona a figura do negro como mercadoria, sujeito a negociação. Como demonstram os reclames do final do século XIX, os quais configuram nesta pesquisa, como os primeiros ensaios de publicidade sobre o negro no Brasil.



Figuras 34 e 35: Anúncio de 10/11/1880 <http://www.estadao.com.br/blogs/reclames-do-estadao/aluga-se-um-preto/>

Após a libertação dos escravos, nos grandes centros como Recife, Salvador, Rio de Janeiro e São Paulo, os negros não lograram êxito na ocupação de oportunidades para o trabalho livre. Segundo Florestan Fernandes (1972), este quadro estabeleceu-se por conta da canalização das oportunidades aos imigrantes.

Assim, sem o devido preparado para os papéis socioeconômicos do homem livre, o "negro" viu-se sem aptidão para o trabalho livre, dentro de uma injusta disputa com estrangeiros totalmente preferíveis para a execução das oportunidades disponíveis.

A velocidade com que estas oportunidades surgiam e a necessidade de transformações e aquisição de novas habilidades por este sujeito negro determinaram o desajuste social instaurado no país, no que tange à absorção desta mão-de-obra, **“ele foi repellido para as esferas marginais desse sistema, nas quais se concentravam as ocupações irregulares e degradadas, tanto econômica quanto socialmente.”** (FERNANES, 1972, p.113, grifo nosso)

Inevitavelmente, peças publicitárias ainda enunciam o negro nestas condições, demonstrando, de certa forma, os estereótipos que ocupariam o arquivo discursivo o negro em alguns lugares do Brasil.

A exemplo disso, a Revista Veja (1995) tem no seu modo de enunciar a negra, uma mulher pobre e estereotipada por suas vestimentas, com evidentes dotes culinários,

vendendo quitutes nas ruas e sob as intemperes, para assim garantir o sustento de uma família numerosa evocando assim, a falta de condições de assimilação social e de oportunidades de trabalho para uma mulher cuidar de tão grande número de pessoas, no início do século XX. Este cenário é reforçado pelos estudos históricos sobre a época:

Entre estas duas categorias (senhores e escravos) nitidamente definidas e entrosadas na obra de colonização comprime-se o número, que vai avultando com o tempo, dos desclassificados, dos inúteis e inadaptados; indivíduos de ocupações mais ou menos incertas a aleatórias ou sem ocupação alguma (...) Compõem-se sobretudo de pretos e mulatos forros ou fugidos da escravidão (...) mestiços de todos os matizes e categorias, que, não sendo escravos e não podendo ser senhores, se veem repelidos de qualquer situação estável, ou pelo preconceito ou pela falta de posições disponíveis. (PRADO, 2000, p. 289)

Este é o retrato da Bahia que ainda persevera no arquivo das enunciações sobre o negro nessa localidade.



Figura 36: Revista Veja (1995). Governo do Estado a Bahia

No anúncio publicitário que segue, a relação diferença/desigualdade é levada a cabo pelo enunciado “*Manda quem pode*”, no caso, a senhora branca que chega a acorrentar o negro, para domá-lo, como animal. Na contrapartida, como forma de dispor de si, algo vetado ao negro na condição hierárquica da diferença, enunciada de um lugar colonial, ainda que em tempos de liberdade sexual, o negro terá o sexo, como espetáculo.



Figura 37: Campanha publicitária Duloren
 Fonte: <https://www.putasacada.com.br>

O lugar da escravidão diferenciada é exposto em Barros (2014), ao descrever as práticas discursivas que autorizam e fazem circular novos saberes sobre o negro:

Deste modo, a alforria ilumina o fato de que, sobretudo no último século da escravatura, a diferença escrava convive lado a lado com a desigualdade escrava. Uns serão convidados a vivenciar a escravidão-diferença, **outros já a vivenciam como desigualdade, outros vivem-na como este compósito em que, por trás da diferença, conserva-se intocável uma segunda natureza da escravidão agora vista como desigualdade, de maneira que em várias situações os escravos poderão de algum modo comprar a sua liberdade com afetos acumulados.** Em todos estes casos, a possibilidade de vivenciar a escravidão como **desigualdade circunstancial**, e não como diferença imobilizadora, mostra-se diretamente proporcional à maior ou a menor possibilidade que cada escravo tinha para dispor de si. (grifo nosso). (BARROS, 2014, p. 137)

O acúmulo de gratidão, que empenhava a liberdade e a deixava sob a vontade dos senhores, alocou o negro, nesse percurso temático, em lugares subalternos e ornados pelo carinho e dependência da grande família que acolhia o negro, ao passo que continuava a explorar a sua figura.

Mucamas, cozinheiras, babás e amas de leite são figuras ternas de mulheres que povoam o arquivo discursivo do povo brasileiro, não somente pelas habilidades nos afazeres domésticos, mas pela gratidão que nutrem por seus senhores, pois de outra forma, não seriam assimiladas em trabalhos dignos.



Figura 38: Campanha Bombril

Fonte: <http://economia.ig.com.br/2015-04-28/bombril-e-acusada-de-racismo-por-campanha-com-empregada-domestica-negra.html>

Este modo de enunciação ainda é percebido nos anúncios que vendem produtos para limpeza doméstica, ao somar o aspecto de ternura de alguém de fora que é acolhido pela família, comportando-se como o antigo escravo que nutria afetos pelo favor dispensado. O sujeito negro, nessa relação, é livre, porém conserva relações extremamente rigorosas com os seus senhores, momento em que constatamos a desigualdade circunstancial e muitas vezes imobilizadora, fundadas em mitos como a figura da Tia Anastácia, em *O Sítio do Pica pau Amarelo* (LOBATO, 1920)

Em outro percurso, constatado nessa pesquisa, enuncia o negro para dentro da diferença imobilizadora, cristalizando a memória da marginalidade como uma identidade constitutiva do negro. Nina Rodrigues (2011, p.58), observa que a indolência dos mestiços, na verdade, constitui uma manifestação da livre vontade de não querer trabalhar. E ainda completa que “para corrigir o vício não descobriu nada melhor, senão alguns dias de prisão celular¹⁰ e uma teoria do trabalho obrigatório, destituída de toda e qualquer virtude e prática educativa”.

Nessa direção, as práticas enunciadas, a partir do acontecimento do código penal de 1890, autenticou o lugar da marginalidade para o negro, sentido ratificado e materializado de múltiplas formas. A época alimentava saberes enunciados pelas instituições oficiais os quais atestavam que o negro era, assertivamente, um tipo mental sem valor, assim

¹⁰ A prática de prisão celular exercida em 1890, descrita por Nina Rodrigues, está fundamentada no art. 399, do Decreto 847/1890, o qual versava sobre a pena para vadios e capoeiras, termos utilizados para aqueles que não possuíam trabalho, sobretudo os negros.

caracterizado: “(...) não serve nem para o modo de viver da raça superior, nem para o da raça inferior, que não presta enfim para gênero algum de vida”. (RODRIGUES, 2011, p. 58)

Apropriados de estes saberes, as campanhas publicitárias produzidas pelo Estado, uma instituição enunciativa oficial, é comum a tensão que repousa sobre o negro como marginal, exercendo a condição como trabalho:



Quando você denuncia a gente vê tudo.

Figura 39: Campanha Disk denúncia
Fonte: www.putasacada.com.br

Os estereótipos sociais forjados nos arquivos discursivos, ainda trouxeram o negro para os lugares destinados ao entretenimento. O futebol, no início do século XX, trouxe para os campos profissionais os “*macaquitos*”, negros que, mesmo a troco da tentativa de embranquecimento, trouxeram para o esporte uma nova identidade na relação negro/trabalho:

Trazido da Europa, no final do século XIX, por rapazes que voltavam de temporadas no exterior e estrangeiros que residiam no país, o futebol foi, a princípio, um passatempo moderno e elegante das jovens elites urbanas. Mas, através de um processo complexo, que durou aproximadamente do início da década de 1910 ao final da década de 1930, ele sofreu uma série de transformações que alteraram dramaticamente suas relações com a sociedade brasileira. Ao longo deste período, o esporte tornou-se extremamente popular entre os mais diversos grupos sociais, teve seu repertório gestual recriado e transformado no que é chamado “estilo brasileiro de futebol”, foi palco de uma intensa luta pela aceitação de atletas negros e pela profissionalização dos jogadores(...) (FILHO, 2010, p.28)

O negro, boa gente, engraçado e ignorante, teria como ascender socialmente e, finalmente, dispor de sua liberdade pelo seu talento. No entanto, o lugar que o subjetivou como livre, também o tornaria imóvel para outras identidades profissionais.



Figura 40: Campanha Igualdade Racial

Fonte: <http://portaldapropaganda.com.br/noticias/2800/propeg-cria-para-o-governo-federal-e-explica-o-lugardonegro/>

Na trilha das regularidades enunciadas sobre o lugar “imóvel” do negro no futebol, produto das práticas discursivas, oriunda dos grandes acontecimentos na área no início do século XX, como a participação profissional do negro em partidas de futebol internacionais, surge como um discurso segundo de uma ordem já estabelecida: “*Lugar do Negro é no Esporte e em todo lugar*”. Isso enunciado, fica claro o movimento a contrapelo da história. O lugar imóvel do negro no esporte, no entretenimento, ou ainda na marginalidade é reinventado como o produto que materializará uma nova forma de habitar o mundo.

Percebemos que o modo de enunciação inaugura uma nova dêixis enunciativa, colocando o sujeito negro, em sua relação ao trabalho, como um cidadão, com oportunidades iguais de acesso à educação, e a justiça social.

A desterritorialização da memória que carrega os saberes sobre negro/trabalho, reinventa as produções enunciativas, oportunizando ao negro a liberdade escamoteada por correntes que subjaziam àquelas que o prenderam às senzalas.

Nesse sentido, percebemos como os produtos discursivos passam a aflorar, eivados dos mesmos sentidos, constituídos das mesmas condições de enunciabilidade, pois “*Apesar*” de todos os nós constantes na tessitura da memória, que ainda possam amarrar a

figura do negro aos sentidos obscurecidos da história, novos lugares, de um novo tempo permitem a enunciação de novas identidades.

Observamos esta ideia na campanha *Sou negro acima de tudo*, na qual o negro é enunciado a partir de diversos lugares profissionais:



Figura 41: Campanha *Sou Negro acima de tudo*/Professora universitária

Fonte: <https://jorgeterra.wordpress.com/2012/07/04/projeto-personalidades/>



Figura 42: Campanha *Sou Negro acima de tudo*/Estudante de Direito

Fonte: <https://jorgeterra.wordpress.com/2012/07/04/projeto-personalidades/>



Figura 43: Campanha Sou Negro acima de tudo/Promotor de Justiça

Fonte: <https://jorgeterra.wordpress.com/2012/07/04/projeto-personalidades/>



Figura 44: Campanha Sou Negro acima de tudo/Promotor do Estado

Fonte: <https://jorgeterra.wordpress.com/2012/07/04/projeto-personalidades/>



Figura 45: Campanha Sou Negro acima de tudo/Assistente Social

Fonte: <https://jorgeterra.wordpress.com/2012/07/04/projeto-personalidades/>

O conteúdo que toma corpo nas enunciações, das campanhas analisadas, preenche lugares vazios, até então proibidos aos negros, no percurso discursivo em torno do tema negro/trabalho. A partir de então, ao observarmos a dissimetria ligada à ordem de uma gênese, oportunizada pelas condições de enunciabilidade de uma história descontínua e serial, percebemos a evolução dos modos de enunciação sobre o sujeito negro na publicidade.

6 OS ETHÉ DO NEGRO NAS FISSURAS DA HISTÓRIA: unindo o côncavo ao convexo

Nas regiões fronteiriças, nas fissuras da História, os efeitos de sentidos emergem dos acontecimentos que irrompem, autorizando novas práticas discursivas responsáveis pela subjetivação dos sujeitos.

O alinhavo entre o percurso discursivo e as histórias ordinárias que desterritorializam os sentidos em circulação, faz-nos perceber a impossibilidade em determos os processos discursivos de onde identidades múltiplas se dissipam ou se transformam, mostrando quão fluido é o sujeito no mundo.

Esta linha, metaforicamente chamada de rizoma, une o oficial ao ordinário, o côncavo ao convexo, transmutando enunciações que autorizam as múltiplas formas de ser e se movimentar no mundo.

Após apresentar o encadeamento dos recortes discursivos, considerando as descontinuidades históricas, partindo do princípio de um modo rizomático de coesão, de forma a identificar o percurso temático assumido pela materialidade em debate, passaremos doravante à organização das séries encontradas a partir do princípio da dissimetria ligada a ordem da gênese, ou seja, localizar as transformações de um discurso primeiro e um discurso segundo, ou outros discursos que emergem em meio à dispersão.

Estabeleceremos este momento de discussão, por meio de quadros que trazem, em sua forma de disposição, os textos publicitários

Esta evolução permite-nos analisar as transformações nos efeitos de sentidos contidos nos *ethé* discursivos, a partir da relação do *ethos* dito (enunciado) e *ethos* mostrado (enunicação), imbricando acontecimento e discurso.

No trajeto das análises dos dados apresentados nesta pesquisa, as identidades foram observadas, no campo da publicidade voltada para o espaço do sujeito negro, em que privilegiamos a relação da publicidade e a mulher negra, a relação do negro com o cabelo e o sujeito negro no mundo do trabalho, como cenas nas quais as subjetivações aparecem e se dispersam, ratificando como as identidades são fluidas e múltiplas, na pós-modernidade.

Sobre os discursos que remetem aos *ethé* da mulher negra no campo da publicidade, à medida em que as práticas discursivas, oriundas dos acontecimentos que marcam as mudanças de percurso discursivo, autorizam outros saberes sobre o negro,

percebemos a transformação dos discursos enunciados, de maneira que este sujeito ocupe novos lugares.

Ligada ao estereótipo do exótico, da luxúria e sensualidade, fundado nos ideários da Idade Média, os produtos das práticas discursivas que trazem, na sua lateralidade, os *ethé* ligados à mulher negra, ainda ratificam a sobreposição dos discursos religioso e filosófico, sujeito à repetição, mas transformado pela pseudoliberalidade que o discurso da mulher moderna passa a enunciar. É nítida a evolução desta regularidade quando alinhavamos as peças nos quadros de análise a partir de agora apresentados.

No quadro de análise I, a seguir, o *ethos* discursivo que subjetiva a mulher negra, na lateralidade do discurso, sugere o estereótipo da “mulata pra fornicar”. Sempre evocada pelo corpo, sua sensualidade demarca sua forma de resistência.



Figura 46: Quadro de análise I

Na observação de um discurso segundo, quando os acontecimentos apontam para a produção de dispositivos que regulam a forma como o negro passa a ser inscrito historicamente nas cenas da enunciação publicitária, o percurso discursivo relaciona a cor da pele ao direito de cidadania, centenariamente negado ao sujeito negro. Porém, os ranços de uma memória nociva ao negro ainda são percebidos quando esta mulher negra se vale de sua sensualidade para conquistar seu espaço na sociedade.

Para Maingueneau (2005, p.41), “o discurso primeiro não permite a constituição de discursos segundos sem ser por eles ameaçados em seus próprios fundamentos”. Os novos sentidos que irrompem não recobrem a totalidade das relações entre discurso primeiro e o

discurso segundo; este último não faz desaparecer instantaneamente aquele do qual deriva e pode inclusive acontecer que ele não faça desaparecer absolutamente,

Assim, à medida em que as teias da memória são refeitas, por força dos acontecimentos quando a ela são impostos novos nós, discursos são sobrepostos e um mosaico de outros sentidos concorrem, fazendo surgir, como num caleidoscópio, novos lugares para o sujeito negro. Esta mulher, portanto, é livre, cidadã, cheia de atitude, mas ainda encontramos os rumores da negra que estava escrava dos desejos o seu senhor branco, para que assim tivesse alguma serventia.

Estas idas e vindas, dentro o percurso discursivo, comprovam as inconsistências das formações discursivas colocadas em concorrência, mostrando-nos parte deste Outro que ainda permanece na atualização dos discursos que são autorizados a circular socialmente, a partir de cada novo acontecimento, materializando um Outro já-dito.

Por tudo isso, é válido pensarmos nas formas de constituição de novos discursos:

Os discursos desaparecem? Para Maingueneau (2005), o Outro é constitutivo do discurso segundo, seja por sua conservação, ou pelo seu deslocamento. Quanto ao aparecimento de novos sentidos, o autor assevera:

(...) mesmo que a presença do Outro constitutivo tenha desaparecido, a maneira pela qual o discurso segundo vai gerir suas novas relações interdiscursivas continua determinada pela rede semântica através da qual se constituiu: situações e protagonistas podem variar, mas eles serão analisados pela grade original, aquela mesma que assegura a identidade da formação discursiva. (MAINGUENEAU (2005, p.43)

Isso justificaria o desaparecimento, marginalização ou deslocamento de sentidos. O que acontece na realidade é o recuo deste para a periferia, de outra forma, na situação na qual menos se pensa nele. Nesse curso, um discurso segundo é fruto das regularidades discursivas presentes em um ou mais discursos fundadores, razão pela qual a História e histórias são tão caras a esta pesquisa.

Nesse sentido, ainda que acontecimentos outros tenham autorizado o aparecimento de novos saberes sobre a mulher negra, sempre acharemos, nas tramas da memória, discursos que evocam as sobreposições ou periferias onde os sentidos de ser negra no Brasil estão guardados.

Assim sendo, ainda que a força de acontecimentos autorize uma nova inscrição identitária para a mulher negra, tirando o foco da lubricidade sobre o corpo da mulata, pensada para fornicar, os enunciados trazem, no seu bojo, o discurso de uma negra que tem

orgulho da cor a sua pele, que luta para ser vista sob as mesmas condições de oportunidades sociais, mas que ainda está sob a ordem de um discurso que espera seu embranquecimento.



Figura 47: Quadro de análise II

Como observado no quadro de análise II, as cenas de enunciação inaugura novos saberes sobre o sujeito negro, tirando o foco dos atributos sexuais da negra ou da falta de oportunidades na sociedade, dando lugar a uma identidade fundamentada no orgulho de ser negro, na redefinição de olhar sobre o mundo desigual e em um estereótipo de mulher flexível, ainda que as formações discursivas achem o Outro segregado, excluído e objetificado por nós e também existentes na memória discursiva o negro no Brasil.

Como o *ethos* discursivo “não é um dado preestabelecido e estável” (MAINGUENEAU, 2001, p.20), as subjetivações desta negra, agora vendida nos novos testes publicitários, flutuam em diversos lugares na fronteira dos sentidos do que representa a mulher negra pelo viés a publicidade.

Igualmente, as fissuras abertas na história pelos acontecimentos, autorizando novos saberes, oportunizam a sobreposição de discursos, os quais trazem, na sua lateralidade, *ethé* discursivos que promovem o efeito de dispersão sobre a identidade, que fala de uma cena, mas que também evoca outros percursos discursivos. É pertinente ressaltar que, embora os enunciados tragam indicações de um presente produzido a partir das práticas discursivas que autorizam estes novos produtos históricos, o *ethos* discursivo efetivo apresenta-se como uma flutuação entre os sentidos deste presente e a periferia de um passado, o seu Outro, que se encontra sobreposto em diversas camadas de saberes.

Ethos dito e *ethos* mostrado apontam para uma nova forma de perceber a negra na publicidade, em suas múltiplas formas de habitar o mundo. “A beleza fora da caixa” encaminha-

nos para a reflexão que o discurso primeiro sobre a negra é revolvido por um discurso segundo, concorrente, que faz a negritude, marcada pelo sofrimento dos estereótipos, aparecer distanciada, longe da escravidão ditada pela beleza de padrão branco e preconceituoso, embora o que se enuncie só tenha este efeito de sentido ao observarmos de que mulher estamos falando.

A esta percepção não mostrada no enunciado, mas percebida na lateralidade do discurso e constante nas práticas discursivas, que modificam e autorizam saberes, subjetivando o sujeito, definimos como *ethos*.

Para Maingueneau (2015, p. 19),

De maneira geral, o discurso publicitário contemporâneo mantém, por natureza uma ligação privilegiada com o *ethos*; ele busca efetivamente persuadir ao associar os produtos que promove a um corpo em movimento, a uma maneira de habitar o mundo. Em sua própria enunciação, a publicidade pode, apoiando-se em estereótipos validados, “encarnar” o que prescreve.

No texto imagético, o *ethos* discursivo apresenta-se como elemento constitutivo do sujeito à medida que se materializa, ao reivindicar uma corporalidade, uma forma de habitar o mundo diferenciado dos apelos à sensualidade até aqui observados. No caso dos anúncios em tela, por meio do corpo e enunciado, a dispersão do sujeito negro se dá no corpo que fala.

O anúncio publicitário, então, subjetiva os sujeitos ali dispostos e, atrelado ao enunciado, promove a dispersão destes sujeitos, evocando os discursos que corroboram na construção dos *ethé* ali dispersos. Para Maingueneau (2008, p.221), a imagem discursiva de si é, assim, ancorada em estereótipos, um arsenal de representações coletivas que determinam, parcialmente, a apresentação de si e sua eficácia em uma determinada cultura.

O cotejamento do *ethos* dito e do *ethos* mostrado materializa estereótipos diversos da mulher negra (sexista, racista, machista, empoderada etc). As materialidades construídas, por meio da publicidade, são formas de encontrar vozes silenciadas socialmente, mas ainda presentes na periferia do arquivo discursivo.

Não constitui objetivo desta pesquisa, a determinação do momento em que surgiram tais e tais discursos, considerando os conflitos percebidos na coexistência de um discurso primeiro e seus concorrentes, até porque, segundo Maingueneau (2005, p.42), quando percebemos estas relações de ordem de gênese, “deve-se fazer abstração da dissimetria cronológica”.

Assim, a relação de obediência do negro que é vendido como um produto, perpassa pela ideia de Publicidade, considerado o lugar onde se materializam os discursos e as

enunciações que dão conta que **a subjetividade do sujeito se concentra em transformar consumidores em mercadorias, ainda que de maneira encoberta e subliminar.** (BAUMAN, 2008, p.20-21, grifo nosso)

Por essa abordagem, apesar da dissimetria cronológica observada nos textos publicitários do primeiro quadro apresentado, sobre a relação do negro com o trabalho, lançamos nosso olhar sobre a linha de regularidades que se conectam, rizomaticamente, discursos de tempos diferentes, mas com as mesmas condições de possibilidades de enunciação, trazendo à tona os conflitos entre um discurso primeiro e seus concorrentes, de onde emergem os efeitos de sentidos.

Nessas condições, é pertinente ressaltar, novamente, o distanciamento de uma história tradicional das ideias e o aparecimento de uma história ordinária, contada de baixo, a qual, por meio das rupturas, inaugura regularidades que justificam a presença de um discurso já-dito.

Em outras palavras, o panfleto publicitário, para venda de um escravo, em nada se relaciona com as muitas peças publicitárias que vendem o negro subserviente, restrito ao trabalho doméstico, ou mesmo, ao crime, em pleno século XXI, no entanto, este mito primeiro permanece como o seu Outro constitutivo, adormecido na periferia das condições de possibilidades de enunciar um sujeito negro que ainda é lido na figura deste escravo, de outra forma, pela sua lenda original, a qual remonta o percurso discursivo do século XIX.

Neste ensejo, apesar dos enunciados constantes nas cenas em questão apontarem para outras temáticas, o que percebemos no subterrâneo destas peças é que a negra ainda tem sua identidade ligada aos afazeres domésticos; ela ainda está submetida a condições precárias de trabalho, ao relento, e abrigando tantos outros que, como ela, não foram alcançados pelos direitos oportunizados a todos os cidadãos brasileiros; o negro ainda figura como um ser que deve ser açoitado ou vigiado pelos olhos “*que estão em todos os lugares*”, para garantia da ordem social.

Estas respostas são obtidas por meio dos arquivos onde ainda que adormecidos, permanecem como saberes autorizados para fundamentar quem é esse negro dentro das teias que compõem sua memória discursiva.

Cada percurso discursivo trouxe um novo nó que compõe a tecitura do que é o arquivo discursivo sobre o negro. O interdiscurso de onde dizeres possíveis farão a composição dos diversos *ethé* discursivos sempre estarão sobreposto e à espera de uma oportunidade para desterritorializar saberes que circulam socialmente.



Figura 48: Quadro de análise III

No itinerário discursivo, demonstrado no quadro de análise III, os acontecimentos criam fissuras na história de onde irrompem, a partir de práticas discursivas, produtos responsáveis pela inscrição do negro em outra perspectiva em relação ao trabalho, por exemplo.

O quadro a seguir sugere uma linha de regularidade discursiva, produzida a partir de práticas pelas quais o negro passa a ser enunciado na história orientado por marcos regulatórios que preveem a igualdade de tratamento e oportunidade¹¹.

Apesar da diferença, a igualdade de oportunidades abre fissuras na história para o surgimento destas novas identidades. O negro pode ocupar o lugar que quiser, não somente aqueles ligados à subalternidade, criminalidade, força bruta, sem nenhuma instrução.

É fato que o *ethos* efetivo irrompe como a forma de dispersão que reinventa e subjetiva o sujeito no meio social. Mas a presença de um *ethos* pré-discursivo revolve saberes subterrâneos que desterritorializam e fazem surgir um Outro já-dito: um negro que precisava estar acorrentado, vigiado e, portanto, o estereótipo da diferença.

Os discursos enunciados mostram e dizem um negro em uma cena que é recoberta por saberes que *precisam* ser calados. Esta instabilidade discursiva emana dos nós na teia da memória, que ainda guardam, no seu subterrâneo, um negro que precisava ser embranquecido para ser aceito. Como objeto de aquisição perpétua, o *ethos* discursivo aparece na cena e pelo

¹¹ Citamos a Constituição Federal (1988), a Lei Caó (7716/89) bem como o Estatuto da Igualdade Racial (Lei 12.288/2010), como exemplos de marcos regulatórios, aqui mencionados, como acontecimentos que modificaram as práticas discursivas, produzindo novos saberes sobre o negro no Brasil.

arquivo, mostrando que as identidades não podem ser contidas, hermeticamente fechadas, a serviço de uma suposta intencionalidade.



Figura 49: Quadro de análise IV

Como mostra o quadro de análise IV, a regularidade discursiva repousa na inscrição de um negro alcançado pela igualdade de direitos assegurados pelo Estado, resultante da concorrência com discursos outros que apontam para um lugar de injustiça e de desigualdade social, demonstrando o fenômeno da dispersão diante dos diversos *ethé* discursivos construídos sobre o sujeito negro.

Outro dado analisado, nesta pesquisa, demonstra a concorrência entre discursos que regulam o aparecimento dos possíveis *ethé* discursivos dentro do percurso do sujeito negro na história: a ligação do cabelo e a identidade do negro.

A linha traçada no quadro de análise V, representa, portanto, a existência das regularidades entre os discursos que surgem, rizomaticamente, em diferentes momentos, apontando de que forma o negro é subjetivado a partir das práticas discursivas que aparecem seguidas de acontecimentos.



Figura 50: Quadro de análise V

A esperança e subterrânea necessidade de embranquecimento¹², povoou o ideário que enunciava o sujeito negro marcado pela história de violência herdada pela escravidão e, por diversas vezes, evocado nas campanhas publicitárias, na atualidade.

Quanto a este ponto Munanga (1999, p. 93) discorre:

(...) o embranquecimento da raça negra é uma estratégia de genocídio. Esse genocídio começou pelo estupro da mulher negra e originou os produtos de sangue misto o mulato, o pardo, o moreno, o parvasco, o homem de cor...’situado no meio do caminho entre a casa grande e a senzala, o mulato prestou serviços importantes à classe dominante, durante a escravidão, ele foi capitão-do-mato, feitor e usado noutras tarefas de confiança dos senhores e, mais recentemente, o erigiram como um símbolo da nossa democracia racial.

Conforme apontado no quadro de análise V, o cabelo do negro, alvo de escárnio, requer solução, assim como o corpo do sujeito negro na sociedade. “*Meu cabelo negro ressalta o melhor de mim*”, na verdade, ressalta a solução para uma sociedade que, até 1940 alçava a bandeira da tolerância e da democracia racial.

Após o abalo da certeza de uma naturalização da presença do negro na sociedade brasileira por meio dos estudos sociológicos e antropológicos, a partir da metade do século XX, diferença e desigualdade são postas lado a lado, ressaltando a inoperância dos dispositivos já existentes para garantia dos direitos do negro na sociedade.

¹² Lembrando que o termo embranquecimento não surge como a “melhora” de um problema que é o negro, por meio o clareamento da pele. Para o racismo histórico, anterior à democracia racial, “o cruzamento acaba sempre por dar nascimento a produtos anormais”, trazendo espaço à tona a degradação física e psíquica.

Paralelo a tudo isso, discursos outros entremeiam-se, embricados, concorrendo com o seu Outro: “a vontade de ser branco começa pelo cabelo para o qual há solução”.

Os novos sentidos agregados ao percurso discursivo do que é ser negro no Brasil, ou seja, os acontecimentos que passam a irromper no início do século XXI trazem, no seu bojo, segundo Munanga (1999), a busca simbólica por uma África idealizada, que também é materializada nos cachos assumidos, ainda que coexistam resquícios da sensualidade neste discurso. Esse fato demonstra mais uma vez que o *ethos* discursivo não é um dado estável e aplicável em uma cena de enunciação, demarcando a posição que o sujeito deva ocupar. Constitui-se no embricamento de discursos outros que concorrem por ocupar a superfície onde se manifestam os saberes de uma época, sem, no entanto, exterminar os efeitos de sentidos já enunciados.



Figura 51: Quadro de análise VI

Desta forma, a regularidade existente nas condições de enunciabilidade dos textos publicitários reforça a busca simbólica por esta África perdida, como se os cachos tecessem a composição de um elo perdido, de um negro que vagava sem identidade para que ele, enfim, ocupe, o lugar de liberdade, escrito, mas não realizado.

Curvas, cachos, prisão, padrão, os sentidos da resistência à diáspora identitária vivida pelo sujeito negro são enunciados e passam a povoar as formações discursivas deste arquivo que demarcam os novos espaços por ele ocupados.

É perceptível, portanto, na apresentação de cada quadro, onde as regularidades foram analisadas, a sobreposição de discursos que demarcam percursos discursivos distintos e produzidos a partir de acontecimentos diferentes.

Os discursos sobre o sujeito negro, produto destas novas práticas que anunciam e autorizam saberes e poderes a circular, trazem, na sua lateralidade os *ethé* discursivos que surgem junto a estes discursos, povoando esse arquivo com novas formas de o negro habitar o mundo.

Não pela perda total dos mitos fundadores, mas pela sobreposição e tantos outros *ethé* discursivos e concorrentes, as identidades do sujeito negro na atualidade, pelo viés da publicidade, conta outras histórias, ouvidas de baixo, de um lado ordinário, que mostra a tensão, ainda existente, nas fronteiras dos sentidos, que revolvem, trazem à tona, disfarçam e reinventam o corpo que se movimenta.

Não há *ethos* embalsamado à espera de acionamento por meio da intencionalidade subjetiva, há camadas de “histórias”, transfiguradas por uma História, dita oficial, o côncavo, que tenta recobrir todos os limites do dizível do que é ser negro no Brasil, mas que se rende pelo ininterrupto e ilimitado processo discursivo, que desterritorializa sentidos e transforma as identidades ao trançar as teias da memória discursiva de maneira rizomática e inesperada, o convexo.

7 O NEGRO PELO CÔNCAVO E CONVEXO: ensaios para considerações finais

Auxiliados pelas novas práticas discursivas que nascem de saberes que veem e contam o cotidiano, percebemos como o negro é enunciado, mesmo que seja pela remissão de mitos que se apresentam, transformam ou quase desaparecem, dando lugar a novas formas de habitar o mundo.

Percebemos, desta forma, que o *ethos* discursivo, inicialmente, enquanto categoria teórica fulcral deste trabalho e enquanto efeito de sentidos, dentro de determinadas condições de enunciabilidade de um discurso, jamais comportaria as demandas requeridas na compreensão do processo de transfiguração, no qual um discurso dá lugar ao equívoco de outro, como em longas estações permitidas pelos acontecimentos da História.

O *ethos* discursivo revelou-se um efeito lateral ao discurso, soterrado e embricado que [res]surge, desterritorializado, e que de onde emergem as identidades constituídas historicamente.

Considerando que as identidades não são automáticas, mas se constituem à medida que este sujeito é ressignificado e representado em novos lugares, somos confrontados com as transições identitárias, à medida que as enunciações aparecem nas teias de sentidos, circulam socialmente e articulam memória e História/histórias (côncavo e convexo).

Resistir ao “decalque”, reinventando e propondo novas rotas, como um rizoma, ratifica a celebração das identidades fluidas que se reinventam e ressignificam, produzindo outros efeitos de sentidos.

Habitar o mundo de forma diferente, deixando a identidade do homem maltratado, escravo e que precisa ser limpo do mal que o assola, para o corpo se movimentar em liberdade, é um lugar conquistado pelo sujeito negro, dentro do que as práticas discursivas produzem por meio da publicidade, a partir da aceitação dos cabelos, de sua relação com o trabalho ou na forma como a mulher negra é retratada socialmente.

Essa transição na publicidade brasileira ressalta, sobretudo, as transformações ocorridas na construção de efeitos de sentidos e identidades, resultantes das novas práticas discursivas oriundas de acontecimentos que nos fazem perceber como o processo discursivo é responsável pela dispersão do sujeito, culminando na coexistência de diversos *ethé* discursivos que concorrem entre si e demarcam percursos não necessariamente lineares dentro da história.

As identidades encontradas nos espaços discursivos não são fechadas. Diante do escopo teórico do qual lançamos mão, fica evidente que as subjetivações produzidas, por meio do assujeitamento histórico, repousam em determinadas formações discursivas para sua constituição e não são conteúdos ou máscaras disponíveis para troca.

O *ethos* discursivo, portanto, não se apresenta como um envelope onde são depositadas ideias e palavras de ordem a partir de uma elite simbólica. Quando percebemos o *ethos* discursivo se mover e se dispersar no emaranhado de fios que tecem a memória do sujeito negro, percebemos as vozes que falam, a partir dos ecos históricos que constituem estas identidades. Dessa forma, também percebemos que, à luz da teoria apresentada, não há autonomia discursiva por parte dos enunciadores: quem fala é a história, contada por muitos e de muitas formas.

Desse modo, a publicidade voltada para o negro ainda apresenta fios que nos levam a exumar percursos colonialistas do racismo científico ou da democracia racial. Nesse sentido, o processo discursivo é cíclico e acontece a partir das condições de enunciabilidade de uma história serial e descontínua que desterritorializa sentidos primeiros e que se movimentam para outros lugares, transformando, reorientando ou fazendo desaparecer formas de enunciar para produzir novos saberes. Para este trajeto, o discurso primeiro constitui os discursos segundos em tom de ameaça a seus fundamentos; os efeitos de sentidos, mitos fundadores, são revolvidos e concorrem entre um lado e outro da fronteira na consolidação dos sentidos e da autorização destes saberes.

Dentro deste cenário, o *ethos* é constitutivo do discurso e, junto a este, também produto das práticas discursivas. Como efeito de sentido paralelo ao discurso enunciado, o *ethos* discursivo é reinventado, a partir de cada novo acontecimento que evoca outras práticas discursivas e autoriza novos saberes sobre o ser e o estar no mundo, sobre o que falar e em que terras andar, transgredindo sentidos e lançando luz ao contraditório.

A concorrência entre o Outro e o seu Mesmo elucidada como os sentidos adormecidos podem ser revolvidos e devolvidos, de alguma forma, ao discurso, onde o *ethos* pode ser percebido, não como um dado estável e previamente determinado, mas como um saber que passa a constituir o(s) discurso(s) onde faz morada.

Nesta conjuntura, as novas formas de discurso no campo da publicidade já foram autorizadas como saber discursivo a partir de acontecimentos. Por este quadro, o discurso está presente por meio do seu passado e do devir infinito em suas variações. Subterrâneo, traz à tona sentidos adormecidos, mas que concorrem para que os seus discursos concorrentes existam.

Ao fim desta pesquisa, numa breve pausa, acreditamos estar contribuindo para a contemplação e reflexão sobre a face opaca dos discursos que chancelam, como produtos autorizados que são, o que é ser negro no Brasil e, acima de tudo, para a compreensão que as produções discursivas não são pontos finais que determinam uma forma de sujeito, mas sim, pontos a tecer, que apontam para a dispersão do sujeito para os mais diversificados lugares sociais.

Sabendo que uma pesquisa só resolve em parte o problema que move o pesquisador; acreditando que, pela parte que cabe a esta análise, conseguimos responder à pergunta central, reconhecemos que a publicidade que promove o movimento do sujeito negro para outros lugares diferentes daqueles produzidos na História Oficial mantém sinais desta história no percurso discursivo de suas produções. Reconhecemos também que, por mais que a publicidade tenha oferecido ao negro um patamar de vitrine, a beleza e a sensualidade continuam sinalizando para a condição de um corpo a ser explorado. Na análise, predominou o *ethos* que conduz a um lugar escravo, ora de forma quase invisível de tão encoberto: o caso do azeite cujo vidro escuro é “o segurança” e não a segurança. Em tantos outros exemplos analisados como dados desta pesquisa, esses sinais se repetem de forma regular, persistente, apesar de descontínua.

Fechamos este momento de pesquisa, reconhecendo que o movimento do convexo – a publicidade – não nega completamente a História Oficial. Por isso, requisitamos o côncavo, para a unidade de um todo contraditório. Essa relação metafórica resulta na imagem, cujo espaço interior guarda um conteúdo mesclado. Assim como a condição do negro, cristalizada oficialmente, dá sinal de si no convexo, este se constitui da tensão discursiva própria do movimento entre o que sempre foi e o seu devir. É a nossa resposta que se fecha, abrindo para outras perguntas.

REFERÊNCIAS

ACHARD, Pierre. **Papel da memória**. Campinas: Pontes, 1999;

AUHLIN, Antoine. Ethos e experiência do discurso: algumas observações. IN: MARY, Hugo et al. **Análise do discurso: fundamentos e práticas**. Belo Horizonte: Núcleo de Análise do discurso, FALE/UFMG, 2001, 360p;

ARAÚJO, Inês Lacerda. Formação discursiva como conceito chave para arqueologia de Foucault. IN: BARONAS, R.L. (org). **Análise do discurso: apontamentos para uma história da noção do conceito de formação discursiva**. São Carlos: Pedro e João Editores, 2007;
BANDEIRA, M. **Estrela da Manhã**, 1936;

BARROS, José D'Assunção. **A Nova História Cultural** – considerações sobre o seu universo conceitual e seus diálogos com outros campos históricos. Cadernos de História, Belo Horizonte, v.12, n. 16, 1º sem. 2011;

BASTIDE, Roger e FERNANDES, Florestan. **Relações raciais entre negros e brancos em São Paulo**. São Paulo: Anhembi, 1955;

_____. **Negros e brancos em São Paulo**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1959;
BASTOS, Elide Rugai. **Um debate sobre a questão do negro no Brasil**. Revista São Paulo em Perspectiva, 20-26, abr./jun.1988;

BATISTA, Leandro Leonardo; LEITE, Francisco. **O negro nos espaços publicitários brasileiros: perspectivas contemporâneas em diálogo**. São Paulo: Escola de comunicação e Artes, USP: coordenadoria de Assuntos da População negra, 2011. P. 47 a 59;

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008;

BERTIN, Enidelce. **Alforrias em São Paulo do Século XIX: entre a conquista escrava o paternalismo senhorial**. São Paulo: USP, 2001;

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, 1988;

BRASIL. **Lei Afonso Arinos**. Lei n. 1390 de 3 de julho de 1951. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF, 10 jul. 1951. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/1950-1959/lei-1390-3-julho-1951-361802-norma-pl.html>> Acesso em: 30 ago. 2017;

BRASIL. **Lei Caó**. Lei n. 7437 de 20 de dezembro de 1985. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L7437.htm> Acesso em: 17 ago. 2017;

BRASIL. Senado Federal. **Estatuto da Igualdade Racial**. Brasília, 2003. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12288.htm> Acesso em: 11 ago. 2017;

BURKE, Peter. **A escrita da história: novas perspectivas**. São Paulo. Universidade Estadual Paulista, 1982;

- CERTEAU, Michel de. **A Escrita da história**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982;
_____. **A invenção do cotidiano**. Rio de Janeiro: Vozes, 2014;
- CHARTIER, Roger. **A história cultural: entre práticas e representações**. Lisboa: Diefel, 1990;
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. Rizoma. In: **Capitalismo e esquizofrenia. s.l.:** Editora 34, 1997;
- FERNANDES, Florestan. **O negro no mundo dos brancos**. São Paulo: Difel, 1972.
- FILHO, Mário. **O negro no futebol brasileiro**. 5ª. Edição. Rio de Janeiro: Mauad, 2010;
- FOUCAULT, Michel. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2015;
_____. **Arqueologia das ciências e a história dos sistemas de pensamento**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008;
- FREYRE, Gilberto. **Casa grande e senzala**. São Paulo: Global, 1933;
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2014
- GONZALEZ, Lélia; HASENBALG, Carlos Alfredo. **Lugar de negro**. Rio de Janeiro: Editora Marco Zero, 1982;
- GRISSET, Antoine. Foucault, um projeto histórico. IN: LE GOFF, Jacques et all. **A nova história**. Rio de Janeiro: Edições 70, 1977;
- GUILHAUMOU, J.; MALDIDIÉ, D. Efeitos do arquivo: análise do discurso ao lado da história. IN: ORLANDI, Eni. **Gestos de Leitura: da história no discurso**. 2ª.ed. Campinas, SP: Unicamp, 1997;
- HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. 26ª. Ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995;
- LIMA, Ari. **A legitimação do intelectual negro no meio acadêmico brasileiro: negação de inferioridade, confronto ou assimilação intelectual?**. Afro-Ásia, 25-26 (2001), 281-312;
- LIMA, Marcus; VALA, Jorge. **Racismo e democracia racial no Brasil**. IN: Percursos da Investigação em Psicologia Social e Organizacional. Lisboa: Colibri, 2004;
- LOBATO, Monterio. **Reinações de Narizinho**. 48ª. ed. São Paulo: Braziliense, 1993;
- LODY, Raul Giovanni. **Cabelos de axé: identidade e resistência**. Rio de Janeiro: Ed. SENAC. Nacional, 2007;
- MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. 2ª. Edição. São Paulo: Pontes, 1993;
_____. **Análise de textos de comunicações**. São Paulo: Cortez, 2001;

- _____. **Gênese dos Discursos**. São Paulo: Parábola, 2005;
- _____. **Cenas de Enunciação**. São Paulo: Parábola, 2008;
- _____. A propósito do ethos. IN: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana. **Ethos discursivo**. São Paulo: Contexto, 2015, p.11-29.
- _____. **Discurso e análise do discurso**. São Paulo: Parábola, 2015;
- MARTINS, Carlos Augusto de Miranda e. A publicidade e o registro branco do Brasil. In: BATISTA, Leandro Leonardo; LEITE, Francisco (orgs.). **O negro nos espaços publicitários brasileiros: perspectivas contemporâneas em diálogo**. São Paulo: Escola de Comunicações e Artes/USP, 2011
- MUNANGA, Kabengele. **Negritude: usos e sentidos**. Belo Horizonte: Autêntica, 1999;
- _____. **Redescutindo a mestiçagem no Brasil: identidade nacional versus identidade negra**. Petrópoles Vozes, 1999;
- POSSENTI, Sírio. **Análise Do Discurso e Acontecimento: Breve Análise de Um Caso**. In: NAVARRO, P. (Org). Estudos do texto e do discurso: **mapeando conceito e métodos**. São Paulo: Claraluz, 2006;
- PRADO JÚNIOR, Caio. **Formação do Brasil contemporâneo: colônia**. São Paulo: Braziliense, 2000;
- RAGO, Margareth. O efeito-Foucault na historiografia brasileira. **Tempo Social; Rev. Sociol. USP**, S. Paulo, 7(1-2): 67-82, outubro de 1995;
- RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro**. São Paulo: Companhia as Letras, 2006;
- RODRIGUES, Raymundo Nina. **As raças humanas e a responsabilidade penal no Brasil**. Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, 2011;
- _____. **Os africanos no Brasil**. 3ª ed. São Paulo: Editora Nacional, 1945;
- ROMERO, Sílvio. **História da literatura brasileira**. Rio de Janeiro: Imago; Aracaju: Universidade Federal de Sergipe, 2001;
- SANTOS, Gislene Aparecida dos. Selvagens, Exóticos, Demoníacos. Idéias e Imagens sobre uma Gente de Cor Preta. *Estudos Afro-Asiáticos*, Ano 24, nº 2, 2002, pp. 275-289;
- SKIDMORE, Thomas. **Preto no branco: raça e nacionalidade no pensamento brasileiro**. São Paulo: Companhia das Letras, 2012;
- SOUSA, Neusa Santos. **Tornar-se negro: as vicissitudes da identidade do negro brasileiro em ascensão social**. Rio de Janeiro: Edições Grall, 1983;
- STRIEDER, Inácio Reinaldo. **Democracia racial – a partir de Gilberto Freire**. Perspectiva Filosófica, volume VIII, nº. 15, jan-jun./2001, p. 11-29;
- SCHWARCZ, Lilia Moritz. **O Espetáculo das Raças: cientistas, instituições e questão racial no Brasil 1870-1930**. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

SOARES, Eliane Veras; BRAGA, Maria Lúcia De Santana; COSTA, Diogo Valença De A. **O dilema racial brasileiro:** de Roger Bastide a Florestan Fernandes ou da explicação teórica à proposição política. SOCIEDADE E CULTURA, V. 5, N. 1, JAN./JUN. 2002, P. 35-52;

SITES VISITADOS

<http://oglobo.globo.com/esportes/daniel-alves-come-banana-jogada-por-torcedor-em-jogo-do-barcelona-12314451>. Acesso em 13jul.2016;

<http://hashtag.blogfolha.uol.com.br/2014/04/28/huck-e-criticado-por-usar-campanha-somostodosmacacos-para-vender-camiseta/>. Acesso em 13jul.2016;

http://www.em.com.br/app/noticia/economia/2012/03/09/internas_economia,282515/anuncio-do-azeite-gallo-acusado-de-racismo-tera-de-ser-alterado.shtml. Acesso em 17jul.2016;

www.putasacada.com.br. Acesso em 25mai.2016;

<http://www.revistaforum.com.br/2015/03/25/as-10-propagandas-mais-machistas-e-racistas-do-ultimo-ano/>. Acesso em 25mai.2016;

<http://www.hypeness.com.br/2016/02/naoecoincidencia-campanha-questiona-a-ausencia-de-professores-negros-nas-universidades-brasileiras/>. Acesso em 25mai.2016;

https://twitter.com/UFJF_/status/669592275278823424. Acesso em 25mai.2016;

<http://g1.globo.com/distrito-federal/noticia/2015/07/anuncio-para-debater-racismo-recruta-negra-para-papel-de-domestica-no-df.html>. Acesso em 19ago.2016;

<http://www.brasil.gov.br>. Acesso em 27ago.2016;

<http://www.vermelho.org.br/noticia/164158-1>. Acesso em 30ago.2016;

<http://www.diariodocentrodomundo.com.br/o-verdadeiro-crime-da-propaganda-racista-da-cerveja-d>. Acesso em 30ago.2016;

<http://tudibao.com.br/2011/12/duloren-e-suas-propaganda-polemicas.html>. Acesso em 30ago.2016;

<http://exame.abril.com.br/marketing/10-acoes-publicitarias-acusadas-de-promover-racismo/>. Acesso em 30ago.2016;

<https://www.youtube.com/watch?v=fZK5A57qn3Q>. Acesso em 10set.2016;

<http://adnews.com.br/adgallery/avon-um-olhar-aberto-te-define-1.html>. Acesso em 14dez.2016;

<http://infoativodefnet.blogspot.com.br/2011/05/inclusao-racismo-e-diferenca.html>. Acesso em 10mai.2016;

<http://exame.abril.com.br/marketing/dove-mostra-que-existe-beleza-fora-da-caixa/>. Acesso em 10mai.2016;

<https://pt-br.facebook.com/meucabelominhaidentidade>. Acesso em 10mai.2016;

<http://www.estadao.com.br/blogs/reclames-do-estadao/aluga-se-um-preto/>. Acesso em 28jul.2017;

<http://economia.ig.com.br/2015-04-28/bombril-e-acusada-de-racismo-por-campanha-com-empregada-domestica-negra.html>. Acesso em 10mai.2016;

<http://portaldapropaganda.com.br/noticias/2800/propeg-cria-para-o-governo-federal-e-explica-o-lugardonegro/>. Acesso em 10mai.2016;

<https://jorgeterra.wordpress.com/2012/07/04/projeto-personalidades/>. Acesso em 18set.2016;

ANEXOS

LEI AFONSO ARINOS

Lei Afonso Arinos–Lei 1390/51 Lei 1390/51 Lei 1390/51 –3 de julho de 1951

Art 1º Constitui contravenção penal, punida nos termos desta Lei, a recusa, por parte de estabelecimento comercial ou de ensino de qualquer natureza, de hospedar, servir, atender ou receber cliente, comprador ou aluno, por preconceito de raça ou de cor.

Parágrafo único. Será considerado agente da contravenção o diretor, gerente ou responsável pelo estabelecimento.

Art 2º Recusar alguém hospedagem em hotel, pensão, estalagem ou estabelecimento da mesma finalidade, por preconceito de raça ou de cor. Pena: prisão simples de três meses a um ano e multa de Cr\$5.000,00 (cinco mil cruzeiros) a Cr\$20.000,00 (vinte mil cruzeiros).

Art 3º Recusar a venda de mercadorias e em lojas de qualquer gênero, ou atender clientes em restaurantes, bares, confeitarias e locais semelhantes, abertos ao público, onde se sirvam alimentos, bebidas, refrigerantes e guloseimas, por preconceito de raça ou de cor. Pena: prisão simples de quinze dias a três meses ou multa de Cr\$500,00 (quinhentos cruzeiros) a Cr\$5.000,00 (cinco mil cruzeiros).

Art 4º Recusar entrada em estabelecimento público, de diversões ou esporte, bem como em salões de barbearias ou cabeleireiros por preconceito de raça ou de cor. Pena: prisão simples de quinze dias três meses ou multa de Cr\$500,00 (quinhentos cruzeiros) a Cr\$5.000,00 (cinco mil cruzeiros).

Art 5º Recusar inscrição de aluno em estabelecimentos de ensino de qualquer curso ou grau, por preconceito de raça ou de cor. Pena: prisão simples de três meses a um ano ou multa de Cr\$500,00 (quinhentos cruzeiros) a Cr\$5.000,00 (cinco mil cruzeiros).

Parágrafo único. Se tratar de estabelecimento oficial de ensino, a pena será a perda do cargo para o agente, desde que apurada em inquérito regular.

Art 6º Obstar o acesso de alguém a qualquer cargo do funcionalismo público ou ao serviço em qualquer ramo das forças armadas, por preconceito de raça ou de cor. Pena: perda do cargo, depois de apurada a responsabilidade em inquérito regular, para o funcionário dirigente de repartição de que dependa a inscrição no concurso de habilitação dos candidatos.

Art 7º Negar emprego ou trabalho a alguém em autarquia, sociedade de economia mista, empresa concessionária de serviço público ou empresa privada, por preconceito de raça ou de cor. Pena: prisão simples de três meses a um ano e multa de Cr\$500,00 (quinhentos cruzeiros) a Cr\$5.000,00 (cinco mil cruzeiros), no caso de empresa privada; perda do cargo para o

responsável pela recusa, no caso de autarquia, sociedade de economia mista e empresa concessionária de serviço público.

Art 8º Nos casos de reincidência, havidos em estabelecimentos particulares, poderá o juiz determinar a pena adicional de suspensão do funcionamento por prazo não superior a três meses.

Art 9º Esta Lei entrará em vigor quinze dias após a sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

LEI CAÓ

LEI Nº 7.437, DE 20 DE DEZEMBRO DE 1985

Inclui, entre as contravenções penais a prática de atos resultantes de preconceito de raça, de cor, de sexo ou de estado civil, dando nova redação à Lei nº 1.390, de 3 de julho de 1951 - Lei Afonso Arinos.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º. Constitui contravenção, punida nos termos desta lei, a prática de atos resultantes de preconceito de raça, de cor, de sexo ou de estado civil.

Art. 2º. Será considerado agente de contravenção o diretor, gerente ou empregado do estabelecimento que incidir na prática referida no artigo 1º. desta lei.

Das Contravenções

Art. 3º. Recusar hospedagem em hotel, pensão, estalagem ou estabelecimento de mesma finalidade, por preconceito de raça, de cor, de sexo ou de estado civil.

Pena - prisão simples, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, e multa de 3 (três) a 10 (dez) vezes o maior valor de referência (MVR).

Art. 4º. Recusar a venda de mercadoria em lojas de qualquer gênero ou o atendimento de clientes em restaurantes, bares, confeitarias ou locais semelhantes, abertos ao público, por preconceito de raça, de cor, de sexo ou de estado civil.

Pena - Prisão simples, de 15 (quinze) dias a 3 (três) meses, e multa de 1 (uma) a 3 (três) vezes o maior valor de referência (MVR).

Art. 5º. Recusar a entrada de alguém em estabelecimento público, de diversões ou de esporte, por preconceito de raça, de cor, de sexo ou de estado civil.

Pena - Prisão simples, de 15 (quinze) dias a 3 (três) meses, e multa de 1 (uma) a 3 (três) vezes o maior valor de referência (MVR).

Art. 6º. Recusar a entrada de alguém em qualquer tipo de estabelecimento comercial ou de prestação de serviço, por preconceito de raça, de cor, de sexo ou de estado civil.

Pena - prisão simples, de 15 (quinze) dias e 3 (três) meses, e multa de 1 (uma) a 3 (três) vezes o maior valor de referência (MVR).

Art. 7º. Recusar a inscrição de aluno em estabelecimento de ensino de qualquer curso ou grau, por preconceito de raça, de cor, de sexo ou de estado civil.

Pena - prisão simples, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, e multa de 1(uma) a três) vezes o maior valor de referência (MVR).

Parágrafo único. Se se tratar de estabelecimento oficial de ensino, a pena será a perda do cargo para o agente, desde que apurada em inquérito regular.

Art. 8º. Obstar o acesso de alguém a qualquer cargo público civil ou militar, por preconceito de raça, de cor, de sexo ou de estado civil.

Pena - perda do cargo, depois de apurada a responsabilidade em inquérito regular, para o funcionário dirigente da repartição de que dependa a inscrição no concurso de habilitação dos candidatos.

Art. 9º. Negar emprego ou trabalho a alguém em autarquia, sociedade de economia mista, empresa concessionária de serviço público ou empresa privada, por preconceito de raça, de cor, de sexo ou de estado civil.

Pena - prisão simples, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, e multa de 1 (uma) a 3 (três) vezes o maior valor de referência (MVR), no caso de empresa privada; perda do cargo para o responsável pela recusa, no caso de autarquia, sociedade de economia mista e empresa concessionária de serviço público.

Art. 10. Nos casos de reincidência havidos em estabelecimentos particulares, poderá o juiz determinar a pena adicional de suspensão do funcionamento, por prazo não superior a 3 (três) meses.

Art. 11. Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 12. Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 20 de dezembro de 1985; 164º da Independência e 97º da República.

JOSÉ SARNEY
Fernando Lyra

Este texto não substitui o publicado no DOU de 23.12.1985

ESTATUTO DA IGUALDADE RACIAL

LEI Nº 12.288, DE 20 DE JULHO DE 2010

Institui o Estatuto da Igualdade Racial; altera as Leis nos 7.716, de 5 de janeiro de 1989, 9.029, de 13 de abril de 1995, 7.347, de 24 de julho de 1985, e 10.778, de 24 de novembro de 2003.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte TÍTULO I

DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º Esta Lei institui o Estatuto da Igualdade Racial, destinado a garantir à população negra a efetivação da igualdade de oportunidades, a defesa dos direitos étnicos individuais, coletivos e difusos e o combate à discriminação e às demais formas de intolerância étnica.

Parágrafo único. Para efeito deste Estatuto, considera-se:

I - discriminação racial ou étnico-racial: toda distinção, exclusão, restrição ou preferência baseada em raça, cor, descendência ou origem nacional ou étnica que tenha por objeto anular ou restringir o reconhecimento, gozo ou exercício, em igualdade de condições, de direitos humanos e liberdades fundamentais nos campos político, econômico, social, cultural ou em qualquer outro campo da vida pública ou privada;

II - desigualdade racial: toda situação injustificada de diferenciação de acesso e fruição de bens, serviços e oportunidades, nas esferas pública e privada, em virtude de raça, cor, descendência ou origem nacional ou étnica;

III - desigualdade de gênero e raça: assimetria existente no âmbito da sociedade que acentua a distância social entre mulheres negras e os demais segmentos sociais;

IV - população negra: o conjunto de pessoas que se autodeclaram pretas e pardas, conforme o quesito cor ou raça usado pela Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), ou que adotam autodefinição análoga;

V - políticas públicas: as ações, iniciativas e programas adotados pelo Estado no cumprimento de suas atribuições institucionais;

VI - ações afirmativas: os programas e medidas especiais adotados pelo Estado e pela iniciativa privada para a correção das desigualdades raciais e para a promoção da igualdade de oportunidades.

Art. 2º É dever do Estado e da sociedade garantir a igualdade de oportunidades, reconhecendo a todo cidadão brasileiro, independentemente da etnia ou da cor da pele, o

direito à participação na comunidade, especialmente nas atividades políticas, econômicas, empresariais, educacionais, culturais e esportivas, defendendo sua dignidade e seus valores religiosos e culturais.

Art. 3º Além das normas constitucionais relativas aos princípios fundamentais, aos direitos e garantias fundamentais e aos direitos sociais, econômicos e culturais, o Estatuto da Igualdade Racial adota como diretriz político-jurídica a inclusão das vítimas de desigualdade étnico-racial, a valorização da igualdade étnica e o fortalecimento da identidade nacional brasileira.

Art. 4º A participação da população negra, em condição de igualdade de oportunidade, na vida econômica, social, política e cultural do País será promovida, prioritariamente, por meio de:

I - inclusão nas políticas públicas de desenvolvimento econômico e social;

II - adoção de medidas, programas e políticas de ação afirmativa;

III - modificação das estruturas institucionais do Estado para o adequado enfrentamento e a superação das desigualdades étnicas decorrentes do preconceito e da discriminação étnica;

IV - promoção de ajustes normativos para aperfeiçoar o combate à discriminação étnica e às desigualdades étnicas em todas as suas manifestações individuais, institucionais e estruturais;

V - eliminação dos obstáculos históricos, socioculturais e institucionais que impedem a representação da diversidade étnica nas esferas pública e privada;

VI - estímulo, apoio e fortalecimento de iniciativas oriundas da sociedade civil direcionadas à promoção da igualdade de oportunidades e ao combate às desigualdades étnicas, inclusive mediante a implementação de incentivos e critérios de condicionamento e prioridade no acesso aos recursos públicos;

VII - implementação de programas de ação afirmativa destinados ao enfrentamento das desigualdades étnicas no tocante à educação, cultura, esporte e lazer, saúde, segurança, trabalho, moradia, meios de comunicação de massa, financiamentos públicos, acesso à terra, à Justiça, e outros.

Parágrafo único. Os programas de ação afirmativa constituir-se-ão em políticas públicas destinadas a reparar as distorções e desigualdades sociais e demais práticas discriminatórias adotadas, nas esferas pública e privada, durante o processo de formação social do País. Art. 5º Para a consecução dos objetivos desta Lei, é instituído o Sistema Nacional de Promoção da Igualdade Racial (Sinapir), conforme estabelecido no Título III.

TÍTULO II

DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS CAPÍTULO I DO DIREITO À SAÚDE

Art. 6o O direito à saúde da população negra será garantido pelo poder público mediante políticas universais, sociais e econômicas destinadas à redução do risco de doenças e de outros agravos.

§ 1o O acesso universal e igualitário ao Sistema Único de Saúde (SUS) para promoção, proteção e recuperação da saúde da população negra será de responsabilidade dos órgãos e instituições públicas federais, estaduais, distritais e municipais, da administração direta e indireta.

§ 2o O poder público garantirá que o segmento da população negra vinculado aos seguros privados de saúde seja tratado sem discriminação.

Art. 7o O conjunto de ações de saúde voltadas à população negra constitui a Política Nacional de Saúde Integral da População Negra, organizada de acordo com as diretrizes abaixo especificadas:

I - ampliação e fortalecimento da participação de lideranças dos movimentos sociais em defesa da saúde da população negra nas instâncias de participação e controle social do SUS;

II - produção de conhecimento científico e tecnológico em saúde da população negra;

III - desenvolvimento de processos de informação, comunicação e educação para contribuir com a redução das vulnerabilidades da população negra.

Art. 8o Constituem objetivos da Política Nacional de Saúde Integral da População Negra:

I - a promoção da saúde integral da população negra, priorizando a redução das desigualdades étnicas e o combate à discriminação nas instituições e serviços do SUS;

II - a melhoria da qualidade dos sistemas de informação do SUS no que tange à coleta, ao processamento e à análise dos dados desagregados por cor, etnia e gênero;

III - o fomento à realização de estudos e pesquisas sobre racismo e saúde da população negra;

IV - a inclusão do conteúdo da saúde da população negra nos processos de formação e educação permanente dos trabalhadores da saúde;

V - a inclusão da temática saúde da população negra nos processos de formação política das lideranças de movimentos sociais para o exercício da participação e controle social no SUS.

Parágrafo único. Os moradores das comunidades de remanescentes de quilombos serão beneficiários de incentivos específicos para a garantia do direito à saúde, incluindo melhorias

nas condições ambientais, no saneamento básico, na segurança alimentar e nutricional e na atenção integral à saúde.

CAPÍTULO II

DO DIREITO À EDUCAÇÃO, À CULTURA, AO ESPORTE E AO LAZER

Seção I

Disposições Gerais

Art. 9º A população negra tem direito a participar de atividades educacionais, culturais, esportivas e de lazer adequadas a seus interesses e condições, de modo a contribuir para o patrimônio cultural de sua comunidade e da sociedade brasileira.

Art. 10. Para o cumprimento do disposto no art. 9º, os governos federal, estaduais, distrital e municipais adotarão as seguintes providências:

I - promoção de ações para viabilizar e ampliar o acesso da população negra ao ensino gratuito e às atividades esportivas e de lazer;

II - apoio à iniciativa de entidades que mantenham espaço para promoção social e cultural da população negra;

III - desenvolvimento de campanhas educativas, inclusive nas escolas, para que a solidariedade aos membros da população negra faça parte da cultura de toda a sociedade;

IV - implementação de políticas públicas para o fortalecimento da juventude negra brasileira.

Seção II Da Educação

Art. 11. Nos estabelecimentos de ensino fundamental e de ensino médio, públicos e privados, é obrigatório o estudo da história geral da África e da história da população negra no Brasil, observado o disposto na Lei no 9.394, de 20 de dezembro de 1996.

§ 1º Os conteúdos referentes à história da população negra no Brasil serão ministrados no âmbito de todo o currículo escolar, resgatando sua contribuição decisiva para o desenvolvimento social, econômico, político e cultural do País.

§ 2º O órgão competente do Poder Executivo fomentará a formação inicial e continuada de professores e a elaboração de material didático específico para o cumprimento do disposto no caput deste artigo.

§ 3º Nas datas comemorativas de caráter cívico, os órgãos responsáveis pela educação incentivarão a participação de intelectuais e representantes do movimento negro para debater com os estudantes suas vivências relativas ao tema em comemoração.

Art. 12. Os órgãos federais, distritais e estaduais de fomento à pesquisa e à pós-graduação poderão criar incentivos a pesquisas e a programas de estudo voltados para temas referentes às relações étnicas, aos quilombos e às questões pertinentes à população negra.

Art. 13. O Poder Executivo federal, por meio dos órgãos competentes, incentivará as instituições de ensino superior públicas e privadas, sem prejuízo da legislação em vigor, a:

I - resguardar os princípios da ética em pesquisa e apoiar grupos, núcleos e centros de pesquisa, nos diversos programas de pós-graduação que desenvolvam temáticas de interesse da população negra;

II - incorporar nas matrizes curriculares dos cursos de formação de professores temas que incluam valores concernentes à pluralidade étnica e cultural da sociedade brasileira;

III - desenvolver programas de extensão universitária destinados a aproximar jovens negros de tecnologias avançadas, assegurado o princípio da proporcionalidade de gênero entre os beneficiários;

IV - estabelecer programas de cooperação técnica, nos estabelecimentos de ensino públicos, privados e comunitários, com as escolas de educação infantil, ensino fundamental, ensino médio e ensino técnico, para a formação docente baseada em princípios de equidade, de tolerância e de respeito às diferenças étnicas.

Art. 14. O poder público estimulará e apoiará ações socioeducacionais realizadas por entidades do movimento negro que desenvolvam atividades voltadas para a inclusão social, mediante cooperação técnica, intercâmbios, convênios e incentivos, entre outros mecanismos.

Art. 15. O poder público adotará programas de ação afirmativa.

Art. 16. O Poder Executivo federal, por meio dos órgãos responsáveis pelas políticas de promoção da igualdade e de educação, acompanhará e avaliará os programas de que trata esta Seção.

Seção III

Da Cultura

Art. 17. O poder público garantirá o reconhecimento das sociedades negras, clubes e outras formas de manifestação coletiva da população negra, com trajetória histórica comprovada, como patrimônio histórico e cultural, nos termos dos arts. 215 e 216 da Constituição Federal.

Art. 18. É assegurado aos remanescentes das comunidades dos quilombos o direito à preservação de seus usos, costumes, tradições e manifestos religiosos, sob a proteção do Estado. Parágrafo único. A preservação dos documentos e dos sítios detentores de reminiscências históricas dos antigos quilombos, tombados nos termos do § 5º do art. 216 da Constituição Federal, receberá especial atenção do poder público.

Art. 19. O poder público incentivará a celebração das personalidades e das datas comemorativas relacionadas à trajetória do samba e de outras manifestações culturais de matriz africana, bem como sua comemoração nas instituições de ensino públicas e privadas.

Art. 20. O poder público garantirá o registro e a proteção da capoeira, em todas as suas modalidades, como bem de natureza imaterial e de formação da identidade cultural brasileira, nos termos do art. 216 da Constituição Federal. Parágrafo único. O poder público buscará garantir, por meio dos atos normativos necessários, a preservação dos elementos formadores tradicionais da capoeira nas suas relações internacionais.

Seção IV

Do Esporte e Lazer

Art. 21. O poder público fomentará o pleno acesso da população negra às práticas desportivas, consolidando o esporte e o lazer como direitos sociais.

Art. 22. A capoeira é reconhecida como desporto de criação nacional, nos termos do art. 217 da Constituição Federal.

§ 1º A atividade de capoeirista será reconhecida em todas as modalidades em que a capoeira se manifesta, seja como esporte, luta, dança ou música, sendo livre o exercício em todo o território nacional.

§ 2º É facultado o ensino da capoeira nas instituições públicas e privadas pelos capoeiristas e mestres tradicionais, pública e formalmente reconhecidos.

CAPÍTULO III

DO DIREITO À LIBERDADE DE CONSCIÊNCIA E DE CRENÇA E AO LIVRE EXERCÍCIO DOS CULTOS RELIGIOSOS

Art. 23. É inviolável a liberdade de consciência e de crença, sendo assegurado o livre exercício dos cultos religiosos e garantida, na forma da lei, a proteção aos locais de culto e a suas liturgias.

Art. 24. O direito à liberdade de consciência e de crença e ao livre exercício dos cultos religiosos de matriz africana compreende: I - a prática de cultos, a celebração de reuniões relacionadas à religiosidade e a fundação e manutenção, por iniciativa privada, de lugares reservados para tais fins;

II - a celebração de festividades e cerimônias de acordo com preceitos das respectivas religiões;

III - a fundação e a manutenção, por iniciativa privada, de instituições beneficentes ligadas às respectivas convicções religiosas;

IV - a produção, a comercialização, a aquisição e o uso de artigos e materiais religiosos adequados aos costumes e às práticas fundadas na respectiva religiosidade, ressalvadas as condutas vedadas por legislação específica;

V - a produção e a divulgação de publicações relacionadas ao exercício e à difusão das religiões de matriz africana;

VI - a coleta de contribuições financeiras de pessoas naturais e jurídicas de natureza privada para a manutenção das atividades religiosas e sociais das respectivas religiões;

VII - o acesso aos órgãos e aos meios de comunicação para divulgação das respectivas religiões;

VIII - a comunicação ao Ministério Público para abertura de ação penal em face de atitudes e práticas de intolerância religiosa nos meios de comunicação e em quaisquer outros locais.

Art. 25. É assegurada a assistência religiosa aos praticantes de religiões de matrizes africanas internados em hospitais ou em outras instituições de internação coletiva, inclusive àqueles submetidos a pena privativa de liberdade.

Art. 26. O poder público adotará as medidas necessárias para o combate à intolerância com as religiões de matrizes africanas e à discriminação de seus seguidores, especialmente com o objetivo de:

I - coibir a utilização dos meios de comunicação social para a difusão de proposições, imagens ou abordagens que exponham pessoa ou grupo ao ódio ou ao desprezo por motivos fundados na religiosidade de matrizes africanas;

II - inventariar, restaurar e proteger os documentos, obras e outros bens de valor artístico e cultural, os monumentos, mananciais, flora e sítios arqueológicos vinculados às religiões de matrizes africanas;

III - assegurar a participação proporcional de representantes das religiões de matrizes africanas, ao lado da representação das demais religiões, em comissões, conselhos, órgãos e outras instâncias de deliberação vinculadas ao poder público.

CAPÍTULO IV

DO ACESSO À TERRA E À MORADIA ADEQUADA

Seção I

Do Acesso à Terra

Art. 27. O poder público elaborará e implementará políticas públicas capazes de promover o acesso da população negra à terra e às atividades produtivas no campo.

Art. 28. Para incentivar o desenvolvimento das atividades produtivas da população negra no campo, o poder público promoverá ações para viabilizar e ampliar o seu acesso ao financiamento agrícola.

Art. 29. Serão assegurados à população negra a assistência técnica rural, a simplificação do acesso ao crédito agrícola e o fortalecimento da infraestrutura de logística para a comercialização da produção.

Art. 30. O poder público promoverá a educação e a orientação profissional agrícola para os trabalhadores negros e as comunidades negras rurais.

Art. 31. Aos remanescentes das comunidades dos quilombos que estejam ocupando suas terras é reconhecida a propriedade definitiva, devendo o Estado emitir-lhes os títulos respectivos.

Art. 32. O Poder Executivo federal elaborará e desenvolverá políticas públicas especiais voltadas para o desenvolvimento sustentável dos remanescentes das comunidades dos quilombos, respeitando as tradições de proteção ambiental das comunidades.

Art. 33. Para fins de política agrícola, os remanescentes das comunidades dos quilombos receberão dos órgãos competentes tratamento especial diferenciado, assistência técnica e linhas especiais de financiamento público, destinados à realização de suas atividades produtivas e de infraestrutura.

Art. 34. Os remanescentes das comunidades dos quilombos se beneficiarão de todas as iniciativas previstas nesta e em outras leis para a promoção da igualdade étnica.

Seção II

Da Moradia

Art. 35. O poder público garantirá a implementação de políticas públicas para assegurar o direito à moradia adequada da população negra que vive em favelas, cortiços, áreas urbanas subutilizadas, degradadas ou em processo de degradação, a fim de reintegrá-las à dinâmica urbana e promover melhorias no ambiente e na qualidade de vida.

Parágrafo único. O direito à moradia adequada, para os efeitos desta Lei, inclui não apenas o provimento habitacional, mas também a garantia da infraestrutura urbana e dos equipamentos comunitários associados à função habitacional, bem como a assistência técnica e jurídica para a construção, a reforma ou a regularização fundiária da habitação em área urbana.

Art. 36. Os programas, projetos e outras ações governamentais realizadas no âmbito do Sistema Nacional de Habitação de Interesse Social (SNHIS), regulado pela Lei no 11.124, de

16 de junho de 2005, devem considerar as peculiaridades sociais, econômicas e culturais da população negra.

Parágrafo único. Os Estados, o Distrito Federal e os Municípios estimularão e facilitarão a participação de organizações e movimentos representativos da população negra na composição dos conselhos constituídos para fins de aplicação do Fundo Nacional de Habitação de Interesse Social (FNHIS).

Art. 37. Os agentes financeiros, públicos ou privados, promoverão ações para viabilizar o acesso da população negra aos financiamentos habitacionais.

CAPÍTULO V

DO TRABALHO

Art. 38. A implementação de políticas voltadas para a inclusão da população negra no mercado de trabalho será de responsabilidade do poder público, observando-se:

I - o instituído neste Estatuto;

II - os compromissos assumidos pelo Brasil ao ratificar a Convenção Internacional sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação Racial, de 1965;

III - os compromissos assumidos pelo Brasil ao ratificar a Convenção no 111, de 1958, da Organização Internacional do Trabalho (OIT), que trata da discriminação no emprego e na profissão;

IV - os demais compromissos formalmente assumidos pelo Brasil perante a comunidade internacional.

Art. 39. O poder público promoverá ações que assegurem a igualdade de oportunidades no mercado de trabalho para a população negra, inclusive mediante a implementação de medidas visando à promoção da igualdade nas contratações do setor público e o incentivo à adoção de medidas similares nas empresas e organizações privadas.

§ 1º A igualdade de oportunidades será lograda mediante a adoção de políticas e programas de formação profissional, de emprego e de geração de renda voltados para a população negra.

§ 2º As ações visando a promover a igualdade de oportunidades na esfera da administração pública far-se-ão por meio de normas estabelecidas ou a serem estabelecidas em legislação específica e em seus regulamentos.

§ 3º O poder público estimulará, por meio de incentivos, a adoção de iguais medidas pelo setor privado.

§ 4º As ações de que trata o caput deste artigo assegurarão o princípio da proporcionalidade de gênero entre os beneficiários.

§ 5o Será assegurado o acesso ao crédito para a pequena produção, nos meios rural e urbano, com ações afirmativas para mulheres negras.

§ 6o O poder público promoverá campanhas de sensibilização contra a marginalização da mulher negra no trabalho artístico e cultural.

§ 7o O poder público promoverá ações com o objetivo de elevar a escolaridade e a qualificação profissional nos setores da economia que contem com alto índice de ocupação por trabalhadores negros de baixa escolarização.

§ 2o As ações visando a promover a igualdade de oportunidades na esfera da administração pública far-se-ão por meio de normas estabelecidas ou a serem estabelecidas em legislação específica e em seus regulamentos.

§ 3o O poder público estimulará, por meio de incentivos, a adoção de iguais medidas pelo setor privado.

§ 4o As ações de que trata o caput deste artigo assegurarão o princípio da proporcionalidade de gênero entre os beneficiários.

§ 5o Será assegurado o acesso ao crédito para a pequena produção, nos meios rural e urbano, com ações afirmativas para mulheres negras.

§ 6o O poder público promoverá campanhas de sensibilização contra a marginalização da mulher negra no trabalho artístico e cultural.

§ 7o O poder público promoverá ações com o objetivo de elevar a escolaridade e a qualificação profissional nos setores da economia que contem com alto índice de ocupação por trabalhadores negros de baixa escolarização

Art. 40. O Conselho Deliberativo do Fundo de Amparo ao Trabalhador (Codefat) formulará políticas, programas e projetos voltados para a inclusão da população negra no mercado de trabalho e orientará a destinação de recursos para seu financiamento.

Art. 41. As ações de emprego e renda, promovidas por meio de financiamento para constituição e ampliação de pequenas e médias empresas e de programas de geração de renda, contemplarão o estímulo à promoção de empresários negros.

Parágrafo único. O poder público estimulará as atividades voltadas ao turismo étnico com enfoque nos locais, monumentos e cidades que retratem a cultura, os usos e os costumes da população negra.

Art. 42. O Poder Executivo federal poderá implementar critérios para provimento de cargos em comissão e funções de confiança destinados a ampliar a participação de negros, buscando reproduzir a estrutura da distribuição étnica nacional ou, quando for o caso, estadual, observados os dados demográficos oficiais.

CAPÍTULO VI

DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Art. 43. A produção veiculada pelos órgãos de comunicação valorizará a herança cultural e a participação da população negra na história do País.

Art. 44. Na produção de filmes e programas destinados à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, deverá ser adotada a prática de conferir oportunidades de emprego para atores, figurantes e técnicos negros, sendo vedada toda e qualquer discriminação de natureza política, ideológica, étnica ou artística.

Parágrafo único. A exigência disposta no caput não se aplica aos filmes e programas que abordem especificidades de grupos étnicos determinados.

Art. 45. Aplica-se à produção de peças publicitárias destinadas à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas o disposto no art. 44.

Art. 46. Os órgãos e entidades da administração pública federal direta, autárquica ou fundacional, as empresas públicas e as sociedades de economia mista federais deverão incluir cláusulas de participação de artistas negros nos contratos de realização de filmes, programas ou quaisquer outras peças de caráter publicitário.

§ 1º Os órgãos e entidades de que trata este artigo incluirão, nas especificações para contratação de serviços de consultoria, conceituação, produção e realização de filmes, programas ou peças publicitárias, a obrigatoriedade da prática de iguais oportunidades de emprego para as pessoas relacionadas com o projeto ou serviço contratado.

§ 2º Entende-se por prática de iguais oportunidades de emprego o conjunto de medidas sistemáticas executadas com a finalidade de garantir a diversidade étnica, de sexo e de idade na equipe vinculada ao projeto ou serviço contratado.

§ 3º A autoridade contratante poderá, se considerar necessário para garantir a prática de iguais oportunidades de emprego, requerer auditoria por órgão do poder público federal. § 4º A exigência disposta no caput não se aplica às produções publicitárias quando abordarem especificidades de grupos étnicos determinados.

TÍTULO III

DO SISTEMA NACIONAL DE PROMOÇÃO DA IGUALDADE RACIAL (SINAPIR)

CAPÍTULO I DISPOSIÇÃO PRELIMINAR

Art. 47. É instituído o Sistema Nacional de Promoção da Igualdade Racial (Sinapir) como forma de organização e de articulação voltadas à implementação do conjunto de

políticas e serviços destinados a superar as desigualdades étnicas existentes no País, prestados pelo poder público federal.

§ 1o Os Estados, o Distrito Federal e os Municípios poderão participar do Sinapir mediante adesão.

§ 2o O poder público federal incentivará a sociedade e a iniciativa privada a participar do Sinapir.

CAPÍTULO II

DOS OBJETIVOS

Art. 48. São objetivos do Sinapir:

I - promover a igualdade étnica e o combate às desigualdades sociais resultantes do racismo, inclusive mediante adoção de ações afirmativas;

II - formular políticas destinadas a combater os fatores de marginalização e a promover a integração social da população negra;

III - descentralizar a implementação de ações afirmativas pelos governos estaduais, distrital e municipais;

IV - articular planos, ações e mecanismos voltados à promoção da igualdade étnica;

V - garantir a eficácia dos meios e dos instrumentos criados para a implementação das ações afirmativas e o cumprimento das metas a serem estabelecidas.

CAPÍTULO III

DA ORGANIZAÇÃO E COMPETÊNCIA

Art. 49. O Poder Executivo federal elaborará plano nacional de promoção da igualdade racial contendo as metas, princípios e diretrizes para a implementação da Política Nacional de Promoção da Igualdade Racial (PNPIR).

§ 1o A elaboração, implementação, coordenação, avaliação e acompanhamento da PNPIR, bem como a organização, articulação e coordenação do Sinapir, serão efetivados pelo órgão responsável pela política de promoção da igualdade étnica em âmbito nacional.

§ 2o É o Poder Executivo federal autorizado a instituir fórum intergovernamental de promoção da igualdade étnica, a ser coordenado pelo órgão responsável pelas políticas de promoção da igualdade étnica, com o objetivo de implementar estratégias que visem à incorporação da política nacional de promoção da igualdade étnica nas ações governamentais de Estados e Municípios.

§ 3o As diretrizes das políticas nacional e regional de promoção da igualdade étnica serão elaboradas por órgão colegiado que assegure a participação da sociedade civil.

Art. 50. Os Poderes Executivos estaduais, distrital e municipais, no âmbito das respectivas esferas de competência, poderão instituir conselhos de promoção da igualdade étnica, de caráter permanente e consultivo, compostos por igual número de representantes de órgãos e entidades públicas e de organizações da sociedade civil representativas da população negra.

Parágrafo único. O Poder Executivo priorizará o repasse dos recursos referentes aos programas e atividades previstos nesta Lei aos Estados, Distrito Federal e Municípios que tenham criado conselhos de promoção da igualdade étnica.

CAPÍTULO IV

DAS OUVIDORIAS PERMANENTES E DO ACESSO À JUSTIÇA E À SEGURANÇA

Art. 51. O poder público federal instituirá, na forma da lei e no âmbito dos Poderes Legislativo e Executivo, Ouvidorias Permanentes em Defesa da Igualdade Racial, para receber e encaminhar denúncias de preconceito e discriminação com base em etnia ou cor e acompanhar a implementação de medidas para a promoção da igualdade.

Art. 52. É assegurado às vítimas de discriminação étnica o acesso aos órgãos de Ouvidoria Permanente, à Defensoria Pública, ao Ministério Público e ao Poder Judiciário, em todas as suas instâncias, para a garantia do cumprimento de seus direitos. ência, garantida a assistência física, psíquica, social e jurídica.

Art. 53. O Estado adotará medidas especiais para coibir a violência policial incidente sobre a população negra. Parágrafo único. O Estado implementará ações de ressocialização e proteção da juventude negra em conflito com a lei e exposta a experiências de exclusão social.

Art. 54. O Estado adotará medidas para coibir atos de discriminação e preconceito praticados por servidores públicos em detrimento da população negra, observado, no que couber, o disposto na Lei no 7.716, de 5 de janeiro de 1989.

Art. 55. Para a apreciação judicial das lesões e das ameaças de lesão aos interesses da população negra decorrentes de situações de desigualdade étnica, recorrer-se-á, entre outros instrumentos, à ação civil pública, disciplinada na Lei no 7.347, de 24 de julho de 1985.

CAPÍTULO V

DO FINANCIAMENTO DAS INICIATIVAS DE PROMOÇÃO DA IGUALDADE RACIAL

Art. 56. Na implementação dos programas e das ações constantes dos planos plurianuais e dos orçamentos anuais da União, deverão ser observadas as políticas de ação afirmativa a que se refere o inciso VII do art. 4º desta Lei e outras políticas públicas que tenham como

objetivo promover a igualdade de oportunidades e a inclusão social da população negra, especialmente no que tange a:

I - promoção da igualdade de oportunidades em educação, emprego e moradia;

II - financiamento de pesquisas, nas áreas de educação, saúde e emprego, voltadas para a melhoria da qualidade de vida da população negra;

III - incentivo à criação de programas e veículos de comunicação destinados à divulgação de matérias relacionadas aos interesses da população negra;

IV - incentivo à criação e à manutenção de microempresas administradas por pessoas autodeclaradas negras;

V - iniciativas que incrementem o acesso e a permanência das pessoas negras na educação fundamental, média, técnica e superior;

VI - apoio a programas e projetos dos governos estaduais, distrital e municipais e de entidades da sociedade civil voltados para a promoção da igualdade de oportunidades para a população negra;

II - apoio a iniciativas em defesa da cultura, da memória e das tradições africanas e brasileiras.

§ 1o O Poder Executivo federal é autorizado a adotar medidas que garantam, em cada exercício, a transparência na alocação e na execução dos recursos necessários ao financiamento das ações previstas neste Estatuto, explicitando, entre outros, a proporção dos recursos orçamentários destinados aos programas de promoção da igualdade, especialmente nas áreas de educação, saúde, emprego e renda, desenvolvimento agrário, habitação popular, desenvolvimento regional, cultura, esporte e lazer.

§ 2o Durante os 5 (cinco) primeiros anos, a contar do exercício subsequente à publicação deste Estatuto, os órgãos do Poder Executivo federal que desenvolvem políticas e programas nas áreas referidas no § 1o deste artigo discriminarão em seus orçamentos anuais a participação nos programas de ação afirmativa referidos no inciso VII do art. 4o desta Lei.

§ 3o O Poder Executivo é autorizado a adotar as medidas necessárias para a adequada implementação do disposto neste artigo, podendo estabelecer patamares de participação crescente dos programas de ação afirmativa nos orçamentos anuais a que se refere o § 2o deste artigo.

§ 4o O órgão colegiado do Poder Executivo federal responsável pela promoção da igualdade racial acompanhará e avaliará a programação das ações referidas neste artigo nas propostas orçamentárias da União.

Art. 57. Sem prejuízo da destinação de recursos ordinários, poderão ser consignados nos orçamentos fiscal e da seguridade social para financiamento das ações de que trata o art. 56:

I - transferências voluntárias dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios;

II - doações voluntárias de particulares;

III - doações de empresas privadas e organizações não governamentais, nacionais ou internacionais;

IV - doações voluntárias de fundos nacionais ou internacionais;

V - doações de Estados estrangeiros, por meio de convênios, tratados e acordos internacionais.

TÍTULO IV

DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 58. As medidas instituídas nesta Lei não excluem outras em prol da população negra que tenham sido ou venham a ser adotadas no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal ou dos Municípios.

Art. 59. O Poder Executivo federal criará instrumentos para aferir a eficácia social das medidas previstas nesta Lei e efetuará seu monitoramento constante, com a emissão e a divulgação de relatórios periódicos, inclusive pela rede mundial de computadores.

Art. 60. Os arts. 3o e 4o da Lei no 7.716, de 1989, passam a vigorar com a seguinte redação: “Art. 3o

Parágrafo único. Incorre na mesma pena quem, por motivo de discriminação de raça, cor, etnia, religião ou procedência nacional, obstar a promoção funcional.” (NR) “Art. 4o

§ 1o Incorre na mesma pena quem, por motivo de discriminação de raça ou de cor ou práticas resultantes do preconceito de descendência ou origem nacional ou étnica:

I - deixar de conceder os equipamentos necessários ao empregado em igualdade de condições com os demais trabalhadores;

II - impedir a ascensão funcional do empregado ou obstar outra forma de benefício profissional;

III - proporcionar ao empregado tratamento diferenciado no ambiente de trabalho, especialmente quanto ao salário.

§ 2o Ficará sujeito às penas de multa e de prestação de serviços à comunidade, incluindo atividades de promoção da igualdade racial, quem, em anúncios ou qualquer outra forma de recrutamento de trabalhadores, exigir aspectos de aparência próprios de raça ou etnia para emprego cujas atividades não justifiquem essas exigências.” (NR)

Art. 61. Os arts. 3o e 4o da Lei no 9.029, de 13 de abril de 1995, passam a vigorar com a seguinte redação: “Art. 3o Sem prejuízo do prescrito no art. 2o e nos dispositivos legais que tipificam os crimes resultantes de preconceito de etnia, raça ou cor, as infrações do disposto nesta Lei são passíveis das seguintes cominações:” (NR) “Art. 4o O rompimento da relação de trabalho por ato discriminatório, nos moldes desta Lei, além do direito à reparação pelo dano moral, faculta ao empregado optar entre:” (NR)

Art. 62. O art. 13 da Lei no 7.347, de 1985, passa a vigorar acrescido do seguinte § 2o , renumerando-se o atual parágrafo único como

§ 2o Havendo acordo ou condenação com fundamento em dano causado por ato de discriminação étnica nos termos do disposto no art. 1o desta Lei, a prestação em dinheiro reverterá diretamente ao fundo de que trata o caput e será utilizada para ações de promoção da igualdade étnica, conforme definição do Conselho Nacional de Promoção da Igualdade Racial, na hipótese de extensão nacional, ou dos Conselhos de Promoção de Igualdade Racial estaduais ou locais, nas hipóteses de danos com extensão regional ou local, respectivamente.” (NR)

Art. 63. O § 1o do art. 1o da Lei no 10.778, de 24 de novembro de 2003, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 1o § 1o Para os efeitos desta Lei, entende-se por violência contra a mulher qualquer ação ou conduta, baseada no gênero, inclusive decorrente de discriminação ou desigualdade étnica, que cause morte, dano ou sofrimento físico, sexual ou psicológico à mulher, tanto no âmbito público quanto no privado.” (NR)

Art. 64. O § 3o do art. 20 da Lei no 7.716, de 1989, passa a vigorar acrescido do seguinte inciso III:

III - a interdição das respectivas mensagens ou páginas de informação na rede mundial de computadores.” (NR)

Art. 65. Esta Lei entra em vigor 90 (noventa) dias após a data de sua publicação.

Brasília, 20 de julho de 2010;

189o da Independência e 122o da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Eloi Ferreira de Araújo

Este texto não substitui o publicado no DOU de 21.7.2010