

Mídia, Jornalismo e Cidadania: A representação do negro na mídia televisiva no Brasil

SOUSA, Aryclennys Silva¹
BRAGA, Claudomilson Fernandes²
Universidade Federal de Goiás, UFG, Goiânia, GO

Resumo

Este artigo analisa a representação do negro na mídia televisiva no Brasil, em particular na revista eletrônica semanal Fantástico: O Show da Vida. O recorte é edição do programa que foi exibida no Dia Nacional da Consciência Negra, 20 de novembro de 2016, sob o intuito de verificar a forma como foi retratado o negro. A metodologia, de caráter qualitativo, teve como proposta de análise do programa a perspectiva proposta por Bardin - análise de conteúdo. Os resultados apontam no sentido de que na edição estudada não há conteúdos sobre o negro, sugerindo que a inexistência da temática coloca o negro sem voz na mídia televisiva, sobretudo, por não conseguir pautar e criar suas próprias narrativas, sendo considerado, nesse sentido, um subcidadão.

Palavras-chave: mídia televisiva; representação social; negro; opinião pública.

Introdução

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a população do país é formada por brancos, amarelos, indígenas, negros e pardos. Por conta desta variedade, o Brasil é reconhecido até mundialmente como uma nação que é receptiva a imigrantes e minorias. Apesar de tudo isso, não significa que exista a cidadania plena para todos os povos que compõem o Brasil. Essa realidade fica mais evidente quanto ao preconceito, devido à cor de pele, que a população negra e parda tem sofrido, além do difícil acesso às condições básicas de vida, saúde, segurança, educação, dentre outras, principalmente com relação ao branco.

Essa desigualdade que existe entre brancos e negros pode ser justificada por fatores históricos. Os negros sofreram 300 anos de escravidão no Brasil e, mesmo após a abolição da escravidão, ainda resistiram à tese do branqueamento que surgiu no final do século XIX. A história de segregação da população negra acontece até hoje, mesmo

¹ Mestrando em Comunicação pela Universidade Federal de Goiás – UFG - Brasil. Graduado em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás. E-mail: aryclennys@gmail.com

² Professor do programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás – UFG. Doutor em Psicologia pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás. Estágio Pós-doutoral em Psicologia Social pela UERJ. E-mail: milsonprof@gmail.com

não assumida. As precárias condições de vida oferecidas ao negro no passado, na época da colonização portuguesa no Brasil, até hoje são refletidas no acesso às condições de vida básica e na vida social. O governo também não se preocupou com a cultura racista que contribuiu para a sua formação e permitiu que o negro permanecesse à margem da sociedade, segregado até no espaço físico da cidade, refletindo no surgimento das favelas, periferias e também nos cenários de violência onde o negro é colocado muitas vezes como protagonistas, mesmo sem o ser.

Como forma de corrigir os erros do passado e ainda uma maneira de reconhecer a existência da exclusão do negro, foram colocadas em vigor as políticas afirmativas, que possuem o objetivo de eliminar as desigualdades que foram historicamente acumuladas. No Brasil, somente nos anos de 1980, 95 anos após a abolição da escravidão, seguida de muitas críticas de alguns setores da sociedade, houve a primeira formulação de uma ação afirmativa.

Neste sentido, o preconceito encontrou, no Brasil, um terreno fértil concedido por conta do desenvolvimento histórico baseado no trabalho escravo, na grande propriedade de terra e na monocultura. A negação da existência da discriminação, por conta da cor de pele, é presente no comportamento entre brancos e até negros.

O passado colonial, de sociedade estamental e patriarcal, ainda estão presentes na vida social marcada pela competição, por conta do regime capitalista, formando um abismo social entre negros e brancos, marcando o negro como um subcidadão, segundo a definição de Souza (2003).

O negro, que é a maior população do Brasil, comparando aos outros povos que compõem o país (brancos, amarelos e indígenas) convive, todos os dias, com o discurso racista, tendo a sua identidade e cidadania negada e reprimida em todas as áreas da vida, permanecendo sub representados ou invisíveis nas estruturas de poder, nos meios de comunicação e no setor privado.

Instituições públicas e privadas atuam de forma diferente com relação ao negro no Brasil, o que chama a atenção de autoridades internacionais que acusam a nação de promover o racismo institucional presente no espaço que deveria ser inclusivo e de todos, contribuindo ainda mais para a desigualdade e exclusão do negro.

Uma plataforma importante para a legitimação da cidadania do negro seria a mídia televisiva pelo seu poder de alcance e influência na formação da opinião pública dos brasileiros. A televisão permite atingir diversas camadas sociais que a consideram

como uma das principais referências de fonte de informação. Esse fenômeno pode gerar o debate público e talvez o reconhecimento de alguns direitos.

Desta forma, o presente estudo objetiva, em última instância, compreender qual a representação social do negro na mídia televisiva e como essa representação tem sido sustentada ao longo do tempo. Para alcançar esse objetivo, foi analisado o programa intitulado como revista eletrônica Fantástico: O Show da Vida, transmitido no dia 20 de novembro de 2016, Dia Nacional da Consciência Negra, exibido pela Rede Globo de Televisão, com duração de aproximadamente duas horas.

As Representações Do Negro no Brasil

De acordo com o Censo Demográfico de 2010, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), os negros são a maioria da população, correspondendo a 50,7% (96,7 milhões) de pessoas no Brasil. Apesar de ser a maioria, o negro ainda é alvo de preconceito com a relação à cor de pele, a liberdade de ir e vir, de propriedade, de expressão, bem como o acesso à saúde, educação, trabalho, entre outros.

O preconceito se refere a algo que é atribuído ao julgamento prévio, imposto pelo meio, época e educação, através das relações de uma pessoa com a sociedade (SANT'ANA, 2005). Nesse sentido, o preconceito racial é um fenômeno psicológico por ser produzida uma imagem padronizada no campo social e cultural, sustentada por ideologias que residem no universo da consciência e que são colocadas em prática no convívio entre os indivíduos.

Quando esse contexto é observado nos veículos de comunicação, os aspectos relacionados ao preconceito vêm assumindo novas expressões. Isso se deve a construção de uma identidade, marcada pelas relações do indivíduo com a sociedade (SCORALICK, 2009). No caso do negro, a sua identidade é influenciada até hoje a partir do período da escravidão que durou entre 1530 a 1888 e em seguida pelo processo de branqueamento. Seyferth (2002) explica que o branqueamento acreditava que o cruzamento com o branco europeu poderia purificar a etnia do país, dotando estes descendentes das mais puras qualidades genéticas europeias.

Neste ínterim, a comunicação midiaticizada parece ser um elemento intrínseco e indissociável da vida contemporânea; os veículos de comunicação atuam desde a

128

construção da identidade até a percepção e o entendimento do Estado e de conceitos fundamentais como cidadania, saúde e até felicidade e liberdade, como explica Temer (2014). Essa percepção coloca a mídia como um instrumento essencial e indispensável para a sobrevivência na vida social e acentua, ainda mais, o seu poder simbólico na sociedade. Para Bourdieu (1989), o poder simbólico forma consensos do mundo social, contribuindo para ordem da vida em sociedade.

Dijk (2008), em seu livro *Discurso e Poder*, aponta que são as elites simbólicas, que possuem acesso a elementos do poder simbólico, ou seja, que dispõem do privilégio aos discursos públicos e controlam a reprodução discursiva da sociedade. Isto é, o autor acusa a mídia, a imprensa e os veículos de comunicação como responsáveis pelo preconceito sobre as minorias.

Nesse construto, a representação do negro é concebida sob o olhar de grupos que possuem maior poder de influência na vida social. É a partir dos grupos sociais com capacidade para pensar sobre assuntos relevantes para a coletividade, suas formas de interação e reflexão, e, acima de tudo, sua capacidade para expressar a opinião pública se forma, destaca Braga e Tuzzo (2009).

Esse fenômeno é consequência da formação da opinião desse grupo social. Braga e Tuzzo (2009), explicam que a opinião pública é a opinião da maioria da população ou de uma minoria representativa que possui voz para expressar a sua opinião. Deste modo, é perceptível a exclusão do negro em criar a sua própria narrativa e representação diante da sociedade.

Moscovici, em seu livro *A Representação Social da Psicanálise*, a partir da perspectiva psicossocial afirma que: “é possível aferir que as relações sociais que estabelecemos no cotidiano são fruto de representações sociais que são facilmente apreendidas” (MOSCOVICI 1978, p. 41). Entendendo a representação social sobre determinado tipo de grupo, por exemplo, o negro, sendo fabricado e compreendido durante o convívio social diário.

Entende-se que “as ideologias e os preconceitos étnicos [...] são adquiridos e aprendidos, e isso normalmente ocorre através da comunicação, ou seja, através da escrita e da fala, na qual as representações mentais do racismo são tipicamente expressas, formuladas, defendidas e legitimadas no discurso e podem ser assim reproduzidas dentro do grupo dominante” (DIJK, 2008, p.135).

Para Dijk (2008), o racismo está mentalizado no cognitivo e em toda a sociedade, sendo possível encontrar na educação, instituições públicas e nos veículos de comunicação. O racismo é o conjunto de atitudes negativas em relação aos grupos sociais, fenômeno que organiza as relações entre grupos da vida social, destaca Vala (2013).

Assim, o discurso possui um olhar preconceituoso sobre negros e minorias com a intenção de poder organizar os espaços na sociedade. “A enorme variedade de discursos racistas na sociedade não apenas reflete as várias representações sociais subjacentes, mas também, em especial, adapta-se a diferentes contextos de produção: quem disse o que, onde, quando e com que objetivos” (DIJK, 2008, p. 140). Isso demonstra que o preconceito se ajusta constantemente com o objetivo de não ser reconhecido. Além disso, é possível deduzir que o processo de segregação do negro, principalmente no Brasil, continua arraigado na sociedade.

Televisão, Discurso e Opinião Pública

O reconhecimento da TV no Brasil como legitimadora da realidade se deve à presença massiva nos lares. De acordo com os dados do IBGE até 2014, a televisão está presente em 97,1% (67 milhões) de domicílios brasileiros. É através dela que os espaços domésticos são configurados em volta de um aparelho, ocupando a sala, invadindo os quartos, chegando à cozinha, ao quarto da empregada, às varandas, enfim, refaz a própria convivência familiar, segundo explica Temer (2014).

Sendo um universo de conteúdo heterogêneo, o que pode ser um dos motivos de sua adesão por grande parte das pessoas, a televisão segue dialogando com a vida social através de conteúdos ficcionais ou não, construindo discursos que são presentes na fala cotidiana. A mídia, principalmente a TV, é a principal fonte de informação para cidadãos comuns e até para grupos sociais formadoras da opinião pública.

Seguindo a lógica de que a mídia é referência de conhecimento na vida social contemporânea. Dijk (2008) afirma que o discurso reside no coração do racismo e a imprensa nega que é preconceituosa, reconhecendo as coisas boas do grupo social capaz de interferir na opinião pública e desprezando o grupo social sem capacidade de expressão.

130

No Brasil, o contexto econômico em que os veículos de comunicação estão inseridos é nítido identificar o grupo que possui maior capacidade de expressão da opinião pública, principalmente na mídia televisiva, em que transmitem as suas convicções. Nesse momento, segundo Barros Filho (1995), os veículos de comunicação de massa não se limitam a impor os temas sobre os quais deve falar, mas também impõe o que falar sobre esses temas, ou seja, a mídia não determina o que as pessoas pensam, mas sim sobre o que pensam. Demonstrando então, que os veículos de comunicação possuem um papel fundamental na formação da opinião pública e na representação social, por ser instrumento de grupos sociais influentes.

Aspectos Metodologia

Esta pesquisa centra seu olhar sobre o negro no programa Fantástico: O Show da Vida, transmitido pela Rede Globo de Televisão, cuja edição foi exibida no Dia Nacional da Consciência Negra, em 20 de novembro de 2016. Este será o recorte temporal para realizar o estudo, já que a data é habitualmente utilizada para pautar reportagens jornalísticas nos diversos veículos de comunicação. Dispõe-se a investigar de que forma o negro é representado na televisão brasileira, partindo do pressuposto de que as mídias reproduzem, em grande parte, o discurso da sociedade.

O estudo tem o caráter qualitativo, executado a partir da perspectiva de Laurence Bardin, criadora da teoria explicitada e nomeada com base em seu livro “Análise de Conteúdo”.

Segundo Bardin (1977), a análise de conteúdo é caracterizada como um conjunto de procedimentos da comunicação, metódicos e práticos para o relatório do conteúdo das mensagens. O diagnóstico diz respeito ao uso de técnicas comunicacionais para avaliar um conteúdo descrito, através de indicadores para que possa fazer as inferências sobre o tema proposto.

Foi utilizado apenas às etapas de pré-análise e categorização sugeridas pela Bardin. Isso ocorre em virtude do objeto em análise, no caso o programa Fantástico: O Show da Vida, exibido em 20 de novembro de 2016, não possuir conteúdos relacionados ao negro, mesmo sendo uma data importante no calendário e que marca o Dia Nacional da Consciência Negra.

131

Locus da Pesquisa: Fantástico: O Show da Vida

Há 44 anos, o programa “Fantástico: O Show da Vida” está no ar nas noites de domingo, pela Rede Globo de Televisão. Intitulada como a revista semanal eletrônica, possui o visual sofisticado, reúne humor, música, dramaturgia, jornalismo, reportagens internacionais e entretenimento, além de ser considerado um espaço para a experimentação de novas linguagens e formatos. Possui duração de apenas duas horas, dividido em seis blocos. Atualmente é exibido logo após o Domingo do Faustão e depois é sucedido pela exibição de filmes, no Domingo Maior.

Inserido entre dois programas de descontração, o Fantástico se utiliza do entretenimento aliado ao jornalismo para se denominar como revista eletrônica. Para Souza (2004), o programa “oferece entretenimento e informação em doses equilibradas, com grandes reportagens e noticiário resumindo os assuntos em pauta no Brasil e no mundo”, podendo assim ser caracterizado como um gênero de revista.

A idade do programa que passa dos 40 anos e a referência que se tornou diante do público foram os motivos que levaram a escolher a revista eletrônica o Fantástico: O Show da Vida como objeto de análise. A edição exibida no Dia Nacional da Consciência Negra, em 20 de novembro de 2016, será o recorte temporal para realizar a pesquisa, já que a data é habitualmente utilizada para pautar reportagens jornalísticas nos diversos veículos de comunicação.

Primeiras Análises

Após a etapa da pré-análise, foi realizado o reconhecimento de categorias sobre os assuntos abordados no programa Fantástico: O Show da Vida, com relação à temática do negro, no Dia Nacional da Consciência Negra, apresentados durante as duas horas da atração. Foram identificadas 20 reportagens, que foram agrupadas de acordo com os temas abordados. Os dados foram tabulados da seguinte forma, de acordo com Bardin.

132

| Categorias | Quantitativo de Reportagens | Percentual |
|-------------------|------------------------------------|-------------------|
| Saúde | 1 | 5% |
| Violência | 5 | 25% |
| Cidade | 1 | 5% |
| Documentário | 1 | 5% |
| Cinema | 2 | 10% |
| Política | 4 | 20% |
| Comportamento | 2 | 10% |
| Religião | 1 | 5% |
| Música | 1 | 5% |
| Economia | 1 | 5% |
| Esporte | 1 | 5% |
| Consciência Negra | 0 | 0% |
| Total | 20 | 100% |

Fonte: Dados interpretados da pesquisa.

De acordo com a tabela, compreende-se que o programa Fantástico: O Show da Vida, pertencente ao gênero revista, não realizou a abordagem sobre a temática relacionada ao negro e o Dia Nacional da Consciência Negra.

Segundo a análise, 25% do tempo do programa foi destinado ao tema violência, seguido de 20% sobre política e 10% para a temática cinema e comportamento. Estes temas no conjunto representam 65% do tempo utilizado pelo programa. Nenhum tempo foi dedicado ao dia da Consciência Negra – 0%.

A partir disso, percebemos a invisibilidade do negro no discurso da mídia televisiva. O comportamento revela, por exemplo, que o negro não existe na vida social e que não é necessário comemorar o Dia Nacional da Consciência Negra, por intuir que sua cidadania já é reconhecida, ou se preferirmos, em um sentido contrário, que sua cidadania não representa aspecto importante na discussão sobre os direitos e deveres dos cidadãos, aspecto definido pela cor da pele.

Demonstra também que o discurso midiático é social, já que a mídia reproduz, em grande parte, o discurso da sociedade.

A falta de espaço não pode ser o pretexto usado por não conseguir exibir e produzir uma narrativa voltada ao negro. Isso fica claro na tabela, é possível ver que existem temáticas de reportagens repetidas e que poderiam dar lugar a um registro que fizesse alusão ao Dia Nacional da Consciência Negra.

Através da pré-análise e da categorização, fica evidente que o programa Fantástico: O Show da Vida, do dia 20 de novembro de 2016, apresentou problemas quanto à qualidade e pluralidade de conteúdo. A credibilidade concedida à atração pelo público e ainda o grande apoio de artifícios visuais elaborados, fazem com que seja difícil identificar as imperfeições. Os motivos podem ser identificados por aspectos técnicos como tamanho de equipe para produzir o programa ou até de planejamento.

Na abertura da revista eletrônica Fantástico: O Show da Vida, exibido no dia 20 de novembro, não foi apresentado nenhum assunto com relação à população negra. A atração trouxe, logo no início, uma reportagem que abordava o assunto sobre “o mistério por trás dos bebês cabeludos”, com duração de quase seis minutos. Em seguida, foi à vez de os jornalistas apresentarem os principais temas que seriam exibidos na revista televisiva. Mais uma vez, não foi mencionado o Dia Nacional da Consciência Negra, data em que estava sendo exibido o programa.

Provavelmente telespectadores negros, que compõem a maioria da população no Brasil, esperaram durante duas horas alguma abordagem sobre o Dia Nacional da Consciência Negra. A data é celebrada, todos os anos, em 20 de novembro e marca a morte de Zumbi dos Palmares, símbolo da resistência da escravidão. O dia foi criado para refletir sobre a importância da cultura e da história do negro no país.

A partir do momento em que o Fantástico: O Show da Vida deixou de abordar a temática do negro, ignorando o Dia Nacional da Consciência Negra, os telespectadores podem conceber que a data não possui significado importante para a formação histórica do Brasil. A televisão concentra todo o sistema de informação, concedendo prova de existência às pessoas, coisas, acontecimentos, onde só a televisão é capacitada para comprovar “de fato” os acontecimentos que verdadeiramente ocorreram, marcando a passagem do mundo dos invisíveis ao mundo dos visíveis, daqueles que realmente existem, explica Marcondes Filho (2002).

Essa reflexão mostra que a mídia - televisão - concede *status* de existência quando exhibe um assunto, nomeando significado e importância. Além disso, ao esquecer o negro no Dia Nacional da Consciência Negra, subentende-se que ele está “invisível” no espaço da vida social. O passado, a história, a cultura é recusada e marginalizada, ou seja, o *status* de existência e de cidadão é negado ao negro. Essa análise caminha de acordo com a visão de Marshall (1967) que define cidadania como um *status* concedido a aqueles que são membros integrais de uma comunidade.

134

Cirino e Tuzzo (2016) afirma que o cidadão pleno, completo, é aquele que tem acesso aos direitos, cumpre os deveres, têm poder de consumo e um desempenho plausível pela sociedade. Nessa interpretação, o status cidadania é concedido através da lógica capitalista. É considerado cidadão aquele possui maior poder econômico. Dessa forma, o negro não possui a sua cidadania plena atribuída, já que vive em situação extrema de pobreza, sem acesso às condições básicas de vida, saúde, segurança, educação, dentre outras.

Com a sua invisibilidade social concedida, o negro é impedido de ter sua voz ouvida e construir suas próprias narrativas. Neste sentido, o negro pode ser considerado um subcidadão. De acordo com Souza (2003), o indivíduo que não possui o reconhecimento social e político, passa a compor o grupo dos subcidadãos, ou seja, o grupo dos não pertences, anulados, reconhecidos da “ralé”. Situação reconhecida na vida social. O negro é excluído do espaço físico da cidade, condicionado a viver em favelas e periferias. A marca da subcidadania não é estabelecida apenas pela inexistência de alguns direitos, mas pelo fato do negro estar excluído da vida social, pelo o preconceito e a discriminação.

No Brasil, Tuzzo (2014) destaca que a mídia trabalha com a subcidadania em seus discursos e não cidadania, ela fala em cidadania, mas no sentido do que se falta, de objetivo ser alcançado. A mídia brasileira utiliza o termo cidadania de forma pontual e oportunista como ponto de apoio a pretensas campanhas de utilidade pública vinculadas em aspectos autopromocionais, completa Temer (2007).

Com o cenário de exclusão da sociedade e dos veículos de comunicação, as minorias e o negro, no geral, buscam na mídia um espaço de reivindicação e reconhecimento de seus direitos. Nessa visão, ocupar os meios de comunicação sendo fontes de matérias jornalísticas, até produtores de conteúdo, pode existir a possibilidade de haver a efetivação de direitos não legitimados.

Spivak (2010), ao discutir a subalternidade, esclarece que há de se trabalhar contra a subalternidade e criar espaços onde o subalterno possa fazer a sua voz ser ouvida. A condição de subalternidade não está ligada a qualquer população marginalizada ao fato de ter voz ou não, mas de poder produzir seu próprio discurso, a partir de suas palavras e de sua perspectiva. É um processo importante e que para ter uma solução, as instituições públicas, privadas e “a mídia precisam aceitar as minorias

se tornando realmente anti-racista, aceitando toda a população como iguais, ou então negando o racismo” (DIJK, 2008, p. 196).

Considerações Finais

Após um levantamento histórico do negro no Brasil, a verificação das ideias conceituais de cidadania e subcidadania, uma abordagem sobre a importância da mídia televisiva no processo de busca pela cidadania, além de analisar a representação social do negro na revista eletrônica Fantástico: O Show da Vida, exibido no Dia Nacional da Consciência Negra, em 20 de novembro de 2016, transmitido pela Rede de Globo de Televisão, fica evidente que o negro é um subcidadão, que não existe para os olhos das instituições públicas, privadas, sociedade e imprensa, justificado pelo o “esquecimento” do programa televisivo.

Para agravar ainda mais o problema, a “invisibilidade”, encontrada na narrativa jornalística construída pelo programa Fantástico: O Show da Vida demonstra que o negro não existe no discurso da mídia televisiva. Dessa forma, o comportamento revela, sobre o negro, que o discurso midiático que é social, partindo do pressuposto de que a mídia reproduz, em grande parte, o discurso da sociedade, é pela via da invisibilidade.

Não se pode negar que o preconceito de pele é um comportamento institucional e estruturado presentes nas instituições públicas e privadas do Brasil, podendo ser justificada pela formação histórica dessa população, nas quais vivem os efeitos na vida social até nos dias atuais, possuindo mal acesso às condições básicas de vida (saúde, segurança, educação, dentre outras), marginalizados e esquecidos pelos brancos. Fenômeno que fica evidente no modo em que a mídia televisiva retrata, ou não, o negro em suas narrativas jornalísticas.

Essa visão vai ao encontro com o pensamento de Djik (2008) que afirma que o discurso preconceituoso presente na sociedade parte de um grupo social com maior voz de expressão, no caso os brancos, e que para o seu desaparecimento é necessário que a mudança comece das instâncias de poder da vida social, como instituições públicas, privadas, principalmente a imprensa.

Essa hipótese é confirmada no modo em que se forma a opinião pública, segundo Braga e Tuzzo (2009), é a partir dos grupos sociais com capacidade para

136

pensar sobre assuntos relevantes para a coletividade, suas formas de interação e reflexão, e, acima de tudo, sua capacidade para expressar a opinião que a opinião pública se forma.

Spivak (2010), que faz parte do Grupo de Estudos Subalternos, o negro é classificado como cidadão subalterno e que para o combate do preconceito e discriminação é necessário que consiga ter espaço na mídia para construir a suas próprias narrativas através de suas palavras.

Sendo assim, a mídia televisiva pode ser considerada um local importante para o reconhecimento de direitos da população, justificada por alcançar diversas camadas sociais que a consideram como referência em informação. É a partir da televisão que o negro pode provocar o debate na sociedade e transformar a opinião pública.

Referências

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARROS FILHO, C. de. **Ética na Comunicação**: da informação ao receptor, São Paulo: Moderna, 1995.

BOURDIEU, P. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand, 1989.

BRAGA, C. F. e TUZZO, S. A. **Representações Sociais e Opinião Pública: Interfaces Conceituais**. Revista Anhanguera, Goiânia, v.10 n.1 jan./dez. p.135-150. 2009.

CIRINO, J. A. F.; TUZZO, S. A. **Cidadania midiática**: a pirâmide da desigualdade, do sub ao supracidadão. In: CIRINO, José Antônio Ferreira e Claudomilson Fernandes Braga (orgs). Goiânia: PPGCOM/ Gráfica da UFG, 2016.

DIJK, T. A. V. **Discurso e Poder**. São Paulo: Contexto, 2008.

MARCONDES FILHO, C. **Comunicação e jornalismo**. A saga dos cães perdidos. São Paulo: Hacker Editores, 2º ed., 2002.

MARSHALL, T. H. **Cidadania, classe social e status**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1967.

MOSCOVICI, S. **A representação social da psicanálise**. Tradução de Cabral. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

SCORALICK, K. **A representação das minorias marginalizadas no telejornalismo**. Revista de C. Humanas. Vol. 9, nº2, p. 191-203, Jul./2009.

SEYFERTH, G. "O beneplácito da desigualdade: Breve digressão sobre o racismo". In: SEYFERTH, Giralda et al. **Racismo no Brasil**. São Paulo, 2002.

SOUZA, J. **A construção social da subcidadania**: para uma sociologia política da modernidade periférica. Belo Horizonte, Editora da UFMG, 2003.

SOUZA, J. C. A. de. **Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira**, São Paulo: Summus, 2004.

SPIVAK, G. C. **Pode o subalterno falar?** Tradução: Sandra Regina Goulart Almeida, Marcos Pereira Feitosa, André Pereira Feitosa, Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.

TEMER, A. C. R. P. **Reflexões sobre a tipologia do material jornalístico**: o jornalismo e as notícias. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo: v.30, n.1, p. 49-70, jan/jun, 2007.

TEMER, A. C. **Flertando com o Caos**: comunicação, jornalismo e televisão. Goiânia: FIC/UFMG, 2014.

TUZZO, S. A. **Deslumbramento coletivo**: opinião pública, mídia e universidade. São Paulo: Annablume, 2005.

TUZZO, S. A. O lado sub da cidadania a partir de uma leitura crítica da mídia. In: Paiva, Raquel e Tuzzo, Simone Antoniacci. **Comunidade, Mídia e Cidade**: Possibilidades comunitárias da cidade hoje. Goiânia: FIC/UFMG, 2014.

VALA, J. Racismo: **Representações sociais, preconceito racial e pressões normativas**. Revista Online partilhada. Volume 22. 2013.