



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

Às margens da sociedade e da mídia? as representações sociais dos índios Kaingang nos meios de comunicação de Pelotas/RS¹

At the bottom of society and the media? The social representations of Kaingang Indians in the media of Pelotas/RS

Maria do Carmo Pasquali Falchi

Palavras-chave: Representações Sociais; Mídia Local; Indígenas.

A grande influência dos meio meios de comunicação e a diversidade cultural existente na sociedade contemporânea criam novos desafios. Um deles é a participação e a inclusão de grupos minoritários na mídia. Castells (2003) afirma que a etnia sempre foi um fator que ao mesmo tempo leva ao reconhecimento e a distinção cultural, e também é fonte de discriminação. São inúmeros grupos que vivem as margens da sociedade e que não possuem papel ativo na comunidade onde residem, como por exemplo os indígenas, que independente da etnia são invisibilizados perante a população e aos veículos de comunicação. Um levantamento realizado pelo Conselho Missionário Indigenista em 2017, apontou que os direitos dos índios muitas vezes são deixados em segundo plano e desconsiderados pela sociedade.

¹ Trabalho apresentado ao III Seminário Internacional de Pesquisas em Mediatização e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS – 6 a 10 de maio de 2019.



III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

Em Pelotas, sul do Rio Grande do Sul, no final de 2015 um grupo constituído por aproximadamente 20 famílias da tribo dos índios Kaingang saíram de Santa Catarina para se estabelecer no município gaúcho. Eles vieram em busca de novas terras para se estabelecer e para conseguir melhores oportunidades para os membros da tribo. Ao chegarem ao destino, se estabeleceram às margens de uma rodovia, vendendo artesanato para se sustentarem. A situação dos indígenas só ganhou destaque midiático quando foi averiguado que eles estavam vivendo em situação precária e que por esses motivos necessitavam de um local fixo para se estabelecer. As reportagens realizadas pelos veículos de comunicação local mostraram apenas a necessidade de mudança e as atitudes realizadas pelo governo municipal. Parte do destaque dado a situação dos indígenas foi devido a debates acadêmicos realizados nas instituições de ensino superior da cidade. Sendo assim, os veículos de comunicação deveriam considerar que as diferenças culturais, étnicas e sociais podem ser fundamentais para a sociedade, uma vez que uma visão ampliada do pluralismo existente nas comunidades deve reconhecer a importância da diversidade que pode ser fundamental para os indivíduos (MCQUAIL, 2012). A mídia participa ativamente da construção cultural da sociedade, por isso pensar os processos que geraram uma determinada cultura e compreender de que forma os meios de comunicação influenciaram essa construção é importante.

A desvalorização das comunidades indígenas ocorre porque esses grupos não possuem voz nos meios de comunicação, já que a invisibilidade de grupos minoritários é frequentemente percebida na mídia (MCQUAIL, 2012).

Globalização e minorias na mídia

As novas tecnologias, principalmente nos meios de transporte e de comunicação vem diluindo barreiras e proporcionando a internacionalização dos fluxos de investimento entre os diferentes mercados (COSTA, 2006). Por meio dessas transformações é possível observar o fenômeno da globalização, ou seja, o mercado está



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

cada vez mais global e as sociedades estão mais fluídas. Os meios de comunicação refletem os impactos da globalização, uma vez que as transformações existentes são consequências das mudanças sociais e econômicas de uma sociedade que está cada vez mais dependente de informações (MCQUAIL, 2012).

Com a globalização pequenas empresas vem sendo absorvidas pelas grandes, especialmente depois que, segundo Lima (2004), alguns grupos de comunicação estão trabalhando com grupos estrangeiros. Isso vem a representar um risco à liberdade de expressão já que os meios de comunicação privados estão em uma crescente e não há fiscalização (GUARESCHI & BIZ, 2005). A desigualdade na representação de grupos sociais específicos também é considerada um impacto da globalização na mídia. McQuail (2012) diz que muitos setores da sociedade são invisíveis no conteúdo midiático e que a representação inadequada desses sujeitos decorre devido à falta de interesse dos anunciantes e inexistência de atração ou apelação dos espectadores.

Outro reflexo da globalização nos meios de comunicação é destacado por Castells (2015). O autor diz que na era da sociedade de redes globais a fragmentação em excluídos e incluídos determina a estrutura dos meios de produção, das formas de consumo e dos veículos de comunicação. As transformações que vem ocorrendo e as dialéticas existentes impõem novos desafios da diversidade no contexto de uma sociedade globalizada. Castells (2015) ainda explica que a inclusão e a exclusão são “uma característica estrutural da sociedade global em rede” (p. 72).

Segundo McQuail (2012) é necessário ter em consideração que os grupos minoritários necessitam da mídia e ao mesmo possuem expectativas em relação aos meios de comunicação, os quais dependem de fatores como o grau de isolamento e distinção cultural e a vontade de possuir autonomia ou o desejo de se integrar na sociedade. Enquanto a principal função dos veículos de comunicação for apenas perpetuar o poder eles vão “classificar e distinguir tradições culturais, enfraquecer o



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

sentido histórico e as concepções macroestruturais em benefício de relações intensas e esporádicas com objetos isolados” (CANCLINI, 2000).

Na sociedade das tecnologias e dos meios de comunicação, estes podem servir como uma forma de integração e de inclusão (CLANCLINI, 1999). Por isso, a mídia deve ser usada como uma forma de eliminação de barreiras e não de construção de novos limites entre os indivíduos.

A presença das minorias nos meios de comunicação

Na sociedade contemporânea muito se fala da representação de grupos majoritários ou minoritários nos veículos de comunicação. Aqui será utilizada a definição de maioria e minoria estabelecida por ROSO (*et al*, 2002). Para os autores maioria é o grupo de pessoas que possui o controle da economia e do poder, possuindo uma relação desigual com as minorias sociais. Minorias são definidas por Roso (*et al*, 2002) como grupos da sociedade que possuem características físicas ou culturais específicas e que por essa razão são desvalorizados ou excluídos da sociedade. Sendo assim o conceito de minoria ou maioria não tem relação com questões numéricas.

A priorização de informações e entretenimento estrangeiros é um reflexo da internacionalização das relações e da globalização nos meios de comunicação. Esse processo demonstra uma baixa representatividade da cultura nacional. Esse fenômeno ocorre porque apesar do grande consumo midiático da população, a produção voltada aos veículos de comunicação não é endógena, principalmente da América Latina (CANCLINI, 1999).

O reconhecimento das minorias e suas representações na mídia são uma consequência do poder exercido pelos meios de comunicação, uma vez que eles contribuem para a construção de mentalidades, formação de valores e elaboração das identidades dos sujeitos (SCORALICK, 2009). Sendo assim, as diferenças étnicas e culturais podem ser avaliadas como positivas ou negativas, impostas através de fatores



III Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

exteriores ou mobilizadas internamente, o que serviria para incluir uns e excluir outros (COOTLE, 2000):

In such ways, the marginalized and the excluded can become ontologically disenfranchised from humanity, misrecognized as ‘Other’, exploited and oppressed and, in extremis, vulnerable to systematic, lethal violence. The media occupy a key site and perform a crucial role in the public representation of unequal social relations and the play of cultural power (COOTLE, 2000, P. 2).

Justamente por esse fato Roso (*et al*, 2002) afirmam que o processo de exclusão ocorre dentro dos contextos culturais, todavia é por meio de mediação⁷ que esse processo se estabelece. Isso ocorre principalmente devido ao descaso com que os meios de comunicação representam as culturas minoritárias ou não consagradas no cenário internacional (CANCLINI, 1999).

Os meios de comunicação estimulam as pessoas a construir um senso de “quem somos nós”, assim como a noção de “quem nós não somos”; e isso vem a estimular a divisão entre os incluídos e os excluídos (COOTLE, 2000). Sendo assim, a mídia é uma propagadora de rótulos e estereótipos, “colaborando decisivamente para a disseminação de pânico morais” (FILHO, 2004).

Segundo Lippmann (1965) no relato de um fato o papel do observador é sempre seletivo e criativo. Sem a estandardização, sem os estereótipos, sem os julgamentos de rotina a notícia não prende a atenção do leitor. Isso acontece porque os estereótipos podem não ser a verdadeira representação dos acontecimentos ou dos sujeitos, mas é a forma pela qual as pessoas estão adaptadas ao mundo. (LIPPMANN, 1965). A percepção que os indivíduos possuem referentes a uma classe de pessoas, estão “eclipsadas”, ou seja, a sociedade percebe os membros de um grupo específico como invisíveis. Isso ocorre porque houve uma fragmentação da realidade e uma classificação que faz alguns grupos serem invisíveis perante o olhar do outro. (MOSCOVICI, 2000).



III Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

Os meios de comunicação e as representações sociais

Atualmente os indivíduos, as instituições e as famílias passam por mudanças em um curto período de tempo já que um dos efeitos da globalização é a rapidez com que as transformações ocorrem na sociedade. A mídia é responsável por parte dessas modificações, multiplicando essas transformações e acelerando o surgimento da conexão entre o concreto e o abstrato. Representações sociais, são construídas por meio de símbolos criados pela sociedade para tornar algo familiar (JOVCHELOVITCH, 2000). Sendo assim, a comunicação é fundamental para os processos de representação social:

Em primeiro lugar, aquela é o vetor da transmissão da linguagem e portadora de representações. Além disso, incide sobre os aspectos estruturais e formais do pensamento social, visto que engaja os processos de interação social, influência, consenso e dissenso e polêmica. Enfim, a comunicação concorre para forjar representações que, apoiadas numa energética social, são pertinentes à vida prática e afetiva dos grupos. (JODELET, 2001 P.13)

Uma vez que comunicação é mediação, são as mediações sociais que originam as representações sociais. Sendo assim, o estudo e a análise das representações sociais deveriam ser direcionados para os processos de comunicação social, que ao mesmo tempo são processos de mediação social. (JOVCHELOVITCH, 1999) A mídia colabora para o surgimento das representações sociais pois ela relata um fato e serve de mediador entre a fonte oficial e o espectador. Esse processo origina uma representação para quem está recebendo a notícia. Segundo Bourdieu (1997) os profissionais da mídia possuem “ideias feitas”, ou seja, concepções que são aceitas por todos os indivíduos. Isso acontece especialmente porque os pensamentos dos jornalistas já foram parcialmente moldados por representações sociais anteriores. Sendo assim, as representações sociais não apenas distorcem a realidade, como também fornecem os meios através dos quais a realidade é construída e percebida pelos sujeitos (COTTLE, 2000).



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

Referências bibliográficas

- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.
- CANCLINI, Nestor. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.
- CANCLINI, Nestor. **Culturas híbridas**. São Paulo: Edusp, 2000.
- CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2015.
- COOTLE, Simon. Media research and ethnic minorities: mapping the field. In: COTTLE, Simon (ed.), **Ethnic minorities and the media: changing cultural boundaries**, p. 1-30. Buckingham, Philadelphia: Open University Press, 2000.
- COSTA, Lúcia Cortes. **Os impasses do Estado capitalista: uma análise sobre a reforma do Estado no Brasil**. São Paulo: Editora Cortez, 2006.
- FILHO, João Freire. **Mídia, estereótipo e representação das minorias**, 2004. Disponível em: https://revistas.ufrj.br/index.php/eco_pos/article/view/1120 . Acesso em: 31 de julho de 2018.
- GUARESCHI, Pedrinho A.; BIZ, Oswaldo. **Mídia & Democracia**. Porto Alegre: Evangraf, 2005.
- JODELET, Denise. Representações Sociais: Um domínio em expansão. In JODELET, Denise (Org.). **As Representações Sociais**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.
- JOVCHELOVITCH, Sandra. **Representações Sociais e esfera pública: a construção simbólica dos espaços públicos no Brasil**. Petrópolis: Editora Vozes, 2000.
- JOVCHELOVITCH, Sandra. Vivendo a vida com os outros: intersubjetividade, espaço público e Representações Sociais. In JOVCHELOVITCH, Sandra; GUARESCHI, Pedrinho A. **Textos em representações sociais**. Petrópolis: Editora Vozes, 1999.
- LIMA, Venício A. de. **Mídia: Teoria e Política**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.
- LIPPMANN, Walter. **Public Opinion**. London: The Free Press/ Collier Macmillan, 1965.
- MCQUAIL, Denis. **Atuação da mídia: comunicação de massa e interesse público**. Porto Alegre: Penso, 2012.



III Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

MOSCOVICI, Serge. **Representações Sociais: investigações em psicologia social**. Petrópolis: Editora Vozes, 2011. (1ª edição 2000)

ROSO, Adriana; STREY, Marlene; GUARESCHI, Pedrinho; e BUENO, Sandra. **Cultura e ideologia: a mídia revelando estereótipos raciais de gênero**. 2002. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/%0D/psoc/v14n2/v14n2a05.pdf> . Acesso em: 30 de julho de 2018.

SCORALICK, Kelly. **A representação das minorias marginalizadas no telejornalismo**, 2009. Disponível em: <http://www.cch.ufv.br/revista/pdfs/vol9/artigo2vol9-2.pdf>. Acesso em: 30 de julho de 2018.