

# A identidade do indígena na mídia impressa

*Simone Antoniaci Tuzzo*<sup>1</sup>

*Claudemilson Fernandes Braga*<sup>2</sup>

## Resumo

Este estudo objetiva identificar e analisar como os sujeitos não indígenas vêem os indígenas no contexto das relações intergrupais e, particularmente, no contexto dos processos de demarcação e desocupação de áreas indígenas. Em razão dos conteúdos publicados nos veículos de mídia, os resultados da pesquisa possibilitam verificar como esse contexto relacional pode ser observado em uma perspectiva mais ampla, ou seja, como os não indígenas vêem os indígenas em geral e como percebem os processos de demarcação de reservas indígenas que ocorrem no Brasil. Os resultados indicam que as representações dos indígenas que circulam nos veículos de mídia transcendem o espaço midiático, fazendo eco no espaço social, ou seja, são as vozes dos atores sociais não indígenas que ecoam nos espaços midiáticos, que, quando amplificados e legitimados pela mídia, se tornam naturalizados, e, mesmo em situações potencialmente comunicativas, são validados como contratos de comunicação, indicando o lugar do indígena no social e reverberando nas políticas públicas para esta etnia, inclusive nos aspectos que envolvem a educação indígena.

**Palavras-chave:** Comunicação. Representações sociais. Conflito. Identidade

---

1. Doutora em comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Professora Efetiva do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás e do curso de Relações Públicas da UFG. [simonetuzzo@hotmail.com](mailto:simonetuzzo@hotmail.com)

2. Doutor em psicologia pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás). Professor adjunto da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás (UFG) e coordenador do curso de Relações Públicas (UFG). [milsonprof@gmail.com](mailto:milsonprof@gmail.com)

## **Introdução**

Partindo da noção de que as relações intergrupais (TAJFEL, 1981) são imagens resultantes daquilo que cada grupo desenvolve a respeito de si mesmo e do outro e cujo processo de interação entre os grupos indica representações com funções cognitivas (DOISE, 2002) e que essa centralidade (força) dos conteúdos relevantes, compreendida em termos e imagens que orientam a relação entre os grupos, com base em uma realidade objetiva e a sua representação subjetiva, dá aos elementos representacionais um sentido de enunciação (CAMPOS, 2003), e que, quanto mais ativado, mais importante ele é para essa situação específica, nesse trabalho e, em especial, nessa abordagem, a mídia parece ser esse elemento ativador que mantém essas representações.

Assim, aquilo que Moliner (1995) denomina modelo bidimensional de representações sociais são os elementos representacionais que indicam centralidade, e, em certa medida, muito provavelmente, compõe o núcleo central da representação dos indígenas, ou seja: a imagem que os não indígenas têm dos indígenas resulta de uma identidade construída, na sua quase totalidade, pelos conteúdos midiáticos.

## **Representações sociais e comunicação**

As representações sociais descritas por Moscovici (1978) em seu livro *La psychanalyse, son image et son public*, cujo objetivo foi estudar os processos psicossociológicos existentes e subjacentes ao modo como a psicanálise foi transformada em conhecimento do senso comum, descreve as representações sociais como “sistemas de valores, noções e práticas que proporcionam aos indivíduos os meios para orientar-se no contexto social e material [...] tornando inteligíveis a realidade física e social e integrando-se em um grupo ou em uma relação cotidiana de intercâmbios” (MOSCOVICI, 1978, p. 79).

Outro aspecto importante na compreensão do conceito de representação social é o seu papel na formação de condutas (GOMES, 2006), o que dito de outro modo significa que ela modela o comportamento e justifica sua expressão, (POESCHL, 1995; AMARAL, 1997), situando os sujeitos de forma simbólica nas

relações sociais e nas categorias decorrentes das características da sociedade.

A ideia de modelagem do comportamento e da ação coloca a comunicação social próxima da teoria das representações sociais, subsidiando em partes ou no todo o que Rouquette (1996) define como a compreensão dos processos de formação de conduta e a circulação das representações sociais nas sociedades contemporâneas, onde o fluxo comunicativo é o resultado global derivado da rede de interações que une as pessoas umas às outras (WOLF, 1999).

A partir da ideia de que os *mass media* descrevem e precisam da realidade exterior, apresentando à audiência uma lista daquilo sobre o que é necessário ter uma opinião (SHAW, 1979) e, portanto, prescreve a ação, logo representando um guia de leitura da realidade, dá às representações sociais o que Campos (2005) denomina de dimensão normativa, ou seja, as representações sociais definem o que é para um grupo e não para o outro assim como a comunicação.

Nesse sentido, a noção de que o discurso da mídia é o discurso do senso comum - elaborado e veiculado como verdade, em razão do princípio da autoridade - marca definitivamente a relação entre coisa e signo (objeto e representação)(CAMPOS, 2005), pois ambos, representação e comunicação, são essencialmente enunciados muito mais do que representações, definidos cada vez mais pelo contexto comunicacional.

Rouquette (1999), ao discutir o papel da comunicação na construção das representações sociais, afirma que elas são elaboradas e transmitidas a partir da comunicação, indicando um caminho de análise e oferecendo à comunicação social um lugar privilegiado na compreensão das representações sociais.

### **Imagem e identidade**

Como ponto de partida, e se apropriando dos conceitos de marketing sobre marca ou *branding*, devemos traçar duas visões distintas: uma interna e outra externa. Segundo Bender (2009, p.171), na visão interna teremos a identidade, na visão externa, a imagem.

A primeira, a identidade, é o conceito que traçamos para uma marca, um DNA de marca planejado. São os valores e atributos que queremos passar para o mercado. A segunda, a imagem da marca, é a percepção, a maneira como a marca é percebida pela audiência. O que se faz num

planejamento estratégico é, por meio do marketing e da comunicação, aproximar essas duas visões, diminuindo a dissonância cognitiva entre elas. É levar os consumidores a perceberem a marca com o valor que queremos que ela tenha. (BENDER, 2009. p.171)

Entretanto, são nas pesquisas empreendidas por Tajfel (1981), cujos estudos originalmente desenvolvidos por Sherif (1961), que a questão da identidade do grupo é colocada em debate. Para Tajfel (1981), a identidade social é “a parcela do autoconceito dum indivíduo que deriva do seu conhecimento da sua pertença a um grupo (ou grupos) social, juntamente com o significado emocional e de valor associado àquela pertença” (p. 291).

Quanto maior o sentimento de pertença, maior a tendência a diferenciar-se de maneira favorável ao seu próprio grupo (endogrupo), em detrimento do outro grupo (exogrupo). Assim, a identidade social, esse sentimento de pertença, ocorre, segundo Tajfel (1981), com base em três pressupostos:

a) como um *continuum* indo do comportamento interpessoal ao comportamento intergrupar;

b) a identidade social não é um ato, mas, sobretudo um processo social que se operacionaliza no interior do indivíduo, no espaço das relações individuais e no espaço das relações institucionais; é, portanto, um processo intraindividual, interindividual e intergrupar, em um processo dialético pois o sujeito muda o comportamento com base na sua participação no grupo, mas também muda o grupo à medida que se alteram as concepções do indivíduo; e ainda:

c) esse processo não ocorre no vazio, mas em um certo contexto histórico em que podem ocorrer fusões ou conflitos e, portanto, pressupõe certa organização social, estrutural e de legitimidade e estabilidade.

Os pressupostos apresentados por Tajfel (1981) possibilitam compreender que a identidade social pode ser compreendida como um sentimento de pertença, portanto, de crença na pertença (DEL PRETTE; DEL PRETTE, 2003). Permitem também inferir que a crença social, assim como o sentimento de pertença, se situa em um *continuum*, no qual um extremo se situa a crença na mobilidade social e no outro a crença na mudança social (TAJFEL, 1981).

Por mudança social, pode-se entender “um movimento social que representa um esforço de um grande número de pessoas para resolver

coletivamente um problema sentido como comum” (TAJFEL, 1981. p. 277). Por outro lado, a mobilidade social é, segundo Tajfel (1981), “o movimento dos indivíduos, famílias e grupos de uma posição social para outra” (p. 277). Assim, as crenças na mobilidade social, abrindo perspectivas de ascensão social individual, estimulam estratégias individualistas de ação (comportamentos interindividuais), ao passo que as crenças na mudança social favoreceriam estratégias coletivas (comportamentos intergrupais). Dessa forma, em ambos os casos, a relação entre crenças e ação é mediada pelos processos de identidade social e diferenciação grupal.

### **Método, amostra e procedimentos**

A pesquisa caracterizada como quantitativa do tipo descritiva foi realizada na cidade de Normandia, estado de Roraima, entre os dias 21 e 25 de abril de 2011. Classificada como probabilística por conveniência, a amostra foi composta por 50 sujeitos não indígenas residentes na área urbana do município de Normandia (RR), sendo 22% do sexo masculino e 78% feminino. A faixa etária média dos entrevistados era de 28 anos.

O instrumento elaborado com perguntas fechadas de múltipla escolha, do tipo *Likert*, possibilitou aos entrevistados indicarem seu grau de concordância ou discordância, as declarações relativas à atitude investigada, uma vez que a escala de *Likert* atribui valores numéricos e/ou sinais as respostas que refletem a força e a direção da reação do entrevistado à declaração. A escala de Likert permite que declarações de concordância recebam valores positivos ou altos, ao passo que as declarações das quais discordam recebam valores negativos ou baixos (Baker, 2005).

Giglio (1996) comenta que pesquisas posteriores à elaboração da escala de Likert verificaram que há correlação entre julgamento e atitude. As principais vantagens da escala Likert em relação às demais, segundo Mattar (2001), são a simplicidade de construção. As respostas situam-se nos seguintes extremos: 1 = discordo totalmente e 7 = concordo totalmente, cujos valores intermediários foram assim descritos: 2 = discordo parcialmente; 3 = discordo; 4 = nem concordo nem discordo; 5 = concordo parcialmente e 6 = concordo. O instrumento de

coleta foi composto de seis blocos de questões assim delineados:

Primeiro bloco - identificação do modo comunicativo operante na região do conflito e qual o veículo de mídia que mais proporcionou informações sobre o processo de demarcação e desocupação da Reserva Indígena Raposa Serra do Sol - RIRSS.

Segundo bloco - com base na expressão indutora “em relação aos indígenas, você os considera?” - foram apresentadas aos sujeitos da pesquisa possibilidades de respostas segundo as expressões: uma pessoa que vive na natureza; uma pessoa que vive em aldeia; uma pessoa que não trabalha; uma pessoa que tem muita habilidade para o artesanato; uma pessoa que tem uma cultura diferente; uma pessoa que vive na floresta; uma pessoa que vive como um selvagem; uma pessoa que sofre preconceito; uma pessoa que é um guerreiro. O objetivo consistiu em verificar a centralidade das respostas, cujo grau de concordância ou discordância com as expressões possibilitasse identificar a estrutura que, muito provavelmente, compõe o núcleo central das representações sociais do indígena.



Terceiro bloco - foi solicitada aos sujeitos (não indígenas) da pesquisa a atribuição de um grau de concordância às expressões atribuídas aos indígenas:



intuitivos, vingativos, criativos, livres, impulsivos, leais, perversos, manipuladores, solidários, inteligentes, agressivos, fisicamente hábeis, instintivos, extrovertidos e preguiçosos. Com os resultados buscava-se demonstrar a opinião (atitude) em relação a esse grupo étnico, possibilitando, dessa forma, identificar os traços de personalidade que os não indígenas atribuem aos indígenas, que, em última instância, indicam os traços identitários atribuídos aos indígenas.

Quarto bloco - buscou identificar a opinião dos não indígenas em relação aos processos de demarcação de terras indígenas de uma forma geral, ou seja, como os sujeitos da pesquisa vêem os processos dessa natureza, tanto no estado de Roraima como no restante do país; para tanto, foram apresentadas expressões, todas afirmativas - a demarcação de reservas indígenas é justa; os jornais e a televisão falam a verdade sobre os fatos que ocorrem; os indígenas são ouvidos nos processos de demarcação; a maioria dos políticos apóia os indígenas, e, após a demarcação, o governo federal dá autonomia para os indígenas. Solicitou-se aos pesquisados a atribuição de um valor sobre cada item.

Quinto bloco - tendo como referencial a demarcação e a desocupação da RIRSS, nesse bloco de questões foi solicitado aos sujeitos que expressassem suas opiniões sobre a atuação dos indígenas, atribuindo um valor para cada expressão apresentada - os indígenas conseguiram mais do que mereciam; receberam muito respeito e consideração; foram muito exigentes em relação aos seus direitos; a discriminação não foi um problema para eles; eles tiveram influência política no processo; eles não precisaram de ajuda; eles foram prejudicados após a demarcação; as autoridades não os ouviram; ficaram calados esperando o governo tomar as decisões; e eles não falaram muito sobre o assunto. As respostas obtidas indicam como os não indígenas vêem o comportamento do indígena durante o processo.

Na última parte do instrumento, as expressões apresentadas buscaram identificar o grau de concordância e discordância acerca das determinações legais relatadas pelo Supremo Tribunal Federal, com o objetivo de identificar as questões relativas à autonomia indígena. As determinações do STF foram as seguintes:

a) os indígenas da reserva não podem vender ou alugar, ou ainda, transferir

suas terras para outras pessoas;

b) não será cobrado nenhum tipo de imposto aos indígenas que moram na reserva;

c) os indígenas não podem alugar parte das terras da reserva;

d) os indígenas não podem cobrar tarifas de visitantes (turistas) na reserva;

e) alguns não indígenas podem permanecer em parte da reserva desde que a Funai autorize;

f) tudo que os indígenas desejarem fazer na reserva deve ser sempre autorizado; O Governo Federal pode instalar prédios públicos, construir estradas sem autorização dos indígenas;

g) a Polícia Federal pode atuar na reserva sem autorização dos indígenas;

h) o Governo Federal pode instalar bases militares na reserva sem consulta às comunidades indígenas da região;

i) o garimpo na reserva deve sempre ser autorizado pelo Congresso Nacional;

j) o uso dos rios para gerar energia deve ser sempre autorizado pelos deputados;

k) os rios e as riquezas do solo são controlados pelo Governo Federal;

Também fez parte do instrumento de coleta de dados a identificação demográfica (gênero e faixa etária) dos sujeitos da amostra. Os elementos que constituíram o segundo bloco de questões do instrumento de coleta foram utilizados e validados em estudos realizados pelo Núcleo de Pesquisa Psicossociológicas (NEP) da PUC Goiás.

As análises dos dados foram feitas com o auxílio do *software Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), que propicia análises estatísticas descritivas e inferenciais. Com duas entradas de dados (*Data View*), o aplicativo permitiu desenvolver análises que demonstraram, com o uso da escala *Likert*, quais as principais tendências de respostas dos sujeitos pesquisados, indicando a sua opinião sobre o tema perguntado.

As análises foram executadas em separado, observando-se o objetivo de cada bloco de questões, cujos resultados foram gerados, observando-se um intervalo de confiança (IC) igual a 95%, com um desvio padrão igual a 2,0 (dp=2,0%).



## Resultados e discussões

Os resultados do primeiro bloco indicam uma realidade típica das cidades do interior do país. O meio comunicativo preponderante na região do conflito é o radiofônico. Com um percentual superior à metade das respostas, o rádio representa o veículo de mídia mais atuante na cidade e na região. Significa, portanto, que a Folha de S. Paulo, como outro jornal diário, não teve penetração (direta) de audiência na região.

Apesar da existência de jornais impressos no estado de Roraima, parece ocorrer, como primeira perspectiva de análise, uma situação de *copy desk*, ou seja, os veículos de mídia das cidades do interior e do estado de Roraima, como também das demais cidades do interior do país, reproduzem em larga escala as notícias originadas nos veículos do eixo Rio de Janeiro e São Paulo. Duas noções podem ser apontadas: a capacidade de cobertura e abrangência dessas organizações e o caráter legitimador desses veículos. Entretanto, essa análise não é completamente satisfatória e não dá conta de explicar por que o rádio é o meio comunicacional mais efetivo na região do conflito.

Como o evento de demarcação e desocupação da RIRSS foi, em grande parte, controlado pelo STF, emerge a figura da *Voz do Brasil*. Criada em 1935, pelo presidente Getúlio Vargas, para levar informação do poder executivo à população. A *Voz do Brasil* à época, era o principal meio de comunicação de massa.

Pesquisa encomendada pela Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert) indica a estrutura de mídia, no país, no ano de 2008: 3.600 emissoras de rádio, cinco redes de televisão de cobertura nacional (não incluída as afiliadas), 523 jornais diários, 1.200 títulos de revista e mais de uma centena de rádios comunitárias não oficiais. A mesma pesquisa revela que a audiência radiofônica entre os horários das 19h e 20h atinge o percentual de 11% da população nacional. Conforme dados atualizados do censo 2010 (IBGE, 2010), 20,9 milhões de pessoas ouvem rádio nesse horário.

A pesquisa da Abert (2008) também indicou que a audiência da *Voz do Brasil*, no horário da sua retransmissão (19 h às 20 h) é de 5% da população (9,5 milhões). A essa informação acrescenta-se que, até o ano de 2010, cidades como

São Paulo e municípios vizinhos não eram obrigados a retransmitir a programação no horário estipulado, em razão de liminar que foi suspensa pelo STF nesse ano, como resultado do mandado impetrado pela Advocacia Geral da União (Abert, 2011).

Em relação à forma como as pessoas tomaram conhecimento sobre o processo de demarcação e desocupação da RIRSS, os resultados indicam que, apesar de o rádio ser o veículo midiático com maior penetração, foi mediante a informação boca a boca que o evento (ou pelo menos suas informações) se alastrou.

Tomando-se de empréstimo o entendimento de que comunicação boca a boca caracteriza-se como uma comunicação interpessoal, em que sujeitos usuários e não usuários de um produto ou serviço compartilham experiências e opiniões a respeito dele (NICKLES & WOOD, 1999; 2004), revelando ser confiável e não tendenciosa, e que provêm de fontes não ligadas às empresas, tais como amigos, familiares e líderes de opinião, são, normalmente, julgadas e consideradas válidas.

A comunicação boca a boca é tida como de grande relevância para modelar atitudes e comportamentos (BROW & REINGER, 1987), em especial para a difusão de produtos, serviços ou ideias. Murray (1991) acrescenta que a comunicação boca a boca tem maior credibilidade e é mais confiável do que outros tipos, por ser acessível pelas relações sociais. Diferentemente das informações midiáticas que se caracterizam como situações potencialmente comunicativas e que, apesar de validadas *a priori*, são essencialmente monolocutivas (GHIGLIONE, 1984), a comunicação boca a boca pode ser considerada uma situação de contrato de comunicação, pois os interlocutores convergem para o mesmo sentido, e a informação tende a ser validada de imediato pela concordância (ou não).

Assim, o discurso reproduzido pela comunicação boca a boca, que em última instância representa a reprodução do discurso da mídia local (*Voz do Brasil*), converge e representa uma reprodução do discurso também nacional (Folha de S. Paulo), já que a prática do *copy desk* é uma realidade no meio midiático. Portanto, a ideia de uma situação potencialmente comunicativa, geralmente tratada como contrato de comunicação pelos veículos de massa

concretiza-se não apenas pelo sentido da legitimação, mas, sobretudo, com base na ideia de subalternidade (SPIVAK, 1994), ou seja, a voz que transita entre o locutor e o interlocutor não pertence às minorias.

O segundo bloco de questões, com base na expressão indutora - em relação aos indígenas, você os considera? - indicou os elementos que provavelmente compõem o núcleo central das representações do indígena (ABRIC, 1988).

Vive na aldeia; vive junto na natureza; habilidade para o artesanato; vive na floresta e possui uma cultura diferente, todos com índices de respostas acima de 70%, indica, segundo os dados, certa estabilidade, em razão do percentual de validade (muito próximo) identificado. A variável guerreiro, com 66% das respostas, apesar do percentual inferior, poderia indicar certa instabilidade na representação, porém, não parece ser o caso. Os resultados não mostram que há contestação dos elementos do sistema central em razão dos percentuais das respostas.

A ideia de cultura diferente parece representar o núcleo mais central das representações sociais dos indígenas. Dentre os aspectos possíveis dessa diferença cultural, a língua representa um dos mais importantes pontos (se não o mais) dessa diferenciação. Rogers e Steinfatt (1999), ao falar em diferenças interculturais com base em diferença linguística, propõem um *continuum* de algumas possíveis combinações da comunicação humana, cujos pólos vão desde uma diferença cultural mínima, quando se compartilha a mesma língua, por exemplo, até a possibilidade de não haver comunicação, caso as diferenças culturais não sejam explicitadas/negociadas/traduzidas.

Ao reafirmar que as representações sociais têm uma estrutura particular, composta de crenças-nucleares que geram e gerenciam outras em uma sequência, Moscovici (2003) afirma, e de certo modo explica, como os sujeitos podem armazenar e partilhar crenças básicas (estruturantes) e, ao mesmo tempo, integrar experiências individuais (CAMPOS, 2003).

A noção do indígena que vive na selva, na floresta, que é um guerreiro e que faz artesanato (colares e cocares) permanece. Quando apenas 34% concorda com a afirmação de que os indígenas sofrem preconceito, aparece subjacentes às respostas a força da norma antirracista, cujos discursos tendem a aderir ao politicamente correto. Pelos discursos identificados, parece haver preconceito se

diz tê-lo e não quando se atribuem determinadas características (sobretudo negativas) a determinado grupo. Quando 34% também concorda com a afirmação de que o indígena não trabalha e 20% os considera selvagens (aspectos considerados como pertencentes ao sistema periférico dessa representação), parece criar-se uma barreira protetora às representações do núcleo central, dando a ideia de que não existem imagens e conceitos preconceituosos em relação aos indígenas.

De fato, os resultados da centralidade das respostas indicam uma representação do indígena que o coloca em uma posição oposta aos indivíduos não indígenas e o caracteriza como um ser natural (no sentido de pertencente à natureza), muito próximo ou mesmo inserido (completamente) na floresta. A ideia subjacente de que o lugar do indígena é na mata se mantém, sugerindo e até confirmando que a identidade indígena se aproxima em forma e conteúdo aos animais, como se fossem menos humanos. Assim, o sentido de infra-humanização que ocorre em relação aos indígenas brasileiros pode ser compreendido como o que Souza (2003) denominou de subcidadania. O autor aponta que, no Brasil, ocorreu um processo de naturalização da desigualdade: “naturalização que não chega à consciência de suas vítimas, precisamente porque são construídas segundo as formas impessoais e peculiarmente opacas e intransparentes devido à ação, [...] que traveste de universal e neutro o que é contingente e particular” (SOUZA, 2003, p. 179), formando cidadãos de segunda e terceira classes.

Redes invisíveis e objetivas que desqualificam os indivíduos e grupos sociais precarizados como subprodutores e subcidadãos constituem um fenômeno de massa, construído também pelos veículos massivos, que constroem cenários cristalizados e tendencialmente permanentes de desigualdade.

No terceiro bloco, a variância explicada com base na atribuição de um grau de concordância às expressões atribuídas aos indígenas possibilitou identificar as características de personalidade atribuídas a essa etnia. Com a análise fatorial, foi possível gerar dois componentes denominados de traços positivos e traços negativos (tabela 1). Os componentes negativos (manipuladores, vingativos, agressivos, perversos, preguiçosos e instintivos), quando ordenados de modo crescente, indicam, sobretudo, características de personalidade existentes nas relações intergrupais. Os componentes positivos

(extrovertidos, intuitivos, criativos, solidários, inteligentes, impulsivos e hábeis fisicamente) parecem indicar características presentes apenas nas relações interindividuais e também intraindividuais.

Tabela 1: Características indígenas

Características	Componentes	
	(1) Negativos	(2) Positivos
MANIPULADORES	0,866	
VINGATIVOS	0,855	
AGRESSIVOS	0,831	
PERVERSOS	0,750	
LIVRES	0,646	
PREGUIÇOSOS	0,634	
INSTINTIVOS	0,589	
LEAIS A SUA IDENTIDADE		
EXTROVERTIDOS		0,729
INTUITIVOS		0,694
CRIATIVOS		0,664
SOLIDÁRIOS		0,615
INTELIGENTES		0,602
IMPULSIVOS		0,540
HABILIDADES FÍSICAS		0,389

Fonte: Dados da pesquisa

A variável leais a sua identidade não aparece com variância explicada, o que significa que, entre os sujeitos entrevistados, não há uma concordância em relação a esse item. Explica-se em grande medida a ausência de uniformidade de respostas o fato de os sujeitos do exogrupo não terem clareza da identidade indígena, o que, de certo modo, explica também que os sujeitos pesquisados não (re)conhecem a identidade indígena.

Retomando a ideia de que o preconceito expressa especialmente um posicionamento negativo em relação a um grupo social e que a influência de traços de personalidade, emoções e cognições são consideradas no surgimento de fenômenos dessa natureza (ALLPORT, 1979), explica, em grande parte a atribuição hostil de traços de personalidade nas relações intergrupais, alegando que os sujeitos (índigenas) pertencem a outro grupo (exogrupo). Os traços



positivos existem apenas quando se trata, sobretudo, das relações intragrupais; em se tratando das relações intergrupais, prevalece a ideia de um indígena carregado de características de personalidade, pode-se dizer, nada nobres.

A variância explicada (tabela 2) do quarto bloco de questões, resultante da análise fatorial, identifica como as demarcações de terras indígenas são percebidas pelos não indígenas.

Tabela 2: Demarcações de Terras Indígenas

Demarcações de Terras Indígenas	Componentes	
	(1)	(2)
	Situações Potencialmente Comunicativas	
MÍDIA FALA VERDADE	0,822	
OUVIDOS NA DEMARCAÇÃO	0,763	0,512
DEMARCAÇÕES SÃO JUSTAS	0,642	
POLÍTICOS APOIAM INDÍGENAS	0,559	
AUTONOMIA INDÍGENA		0,958

Fonte: Dados da pesquisa

Considerando que o objetivo era identificar essa percepção, deve-se levar em conta a proximidade de uma situação semelhante e que pode influenciar as possíveis respostas. Entretanto, os resultados parecem não serem influenciados por uma situação de contato. Prevaleceram resultados decorrentes de situações potencialmente comunicativas e as respostas indicam o conteúdo que circulou na mídia.

Permanece uma ambivalência explícita das respostas (componentes 1 e 2). O fato de atribuir aos veículos de mídia uma clara legitimação (0,822), de certo modo explica os demais itens pesquisados, ou seja, as respostas dos sujeitos pesquisados indicam repetições dos conteúdos midiáticos. A ambivalência das respostas representa, em última análise, uma ambivalência de sentimentos, crenças, atitude, típicos das sociedades modernas (Katz, Wackenhut & Hass, 1988).

A demarcação e desocupação da RIRSS, objeto das questões apresentadas no quinto bloco, indicam uma situação de privação relativa (do endogrupo em relação ao exogrupo) em ambos os componentes.



Tomando-se de empréstimo o conceito clássico de privação relativa, desenvolvido originalmente por Merton (1957), o sentimento de injustiça, associado à percepção da ausência de recursos, comparando a posse desse recurso por um grupo de referência, parece existir nos não indígenas quando afirmam que os indígenas conseguiram muito mais do que mereciam.

O sentimento de privação relativa parece se confirmar em razão da categoria de análise - conseguiram muito - apresentar o maior coeficiente de correlação. Em outras palavras, em um cenário de conflito, assumir que o exogrupo perdeu ou deixou de ganhar indica aquilo que estrutura a privação relativa: eles ganharam mais do que mereciam (tabela 3).

Tabela 3: Demarcação Reserva Indígena Raposa Serra do Sol

Demarcação RIRSS	Componentes	
	(1) Ganhos do exogrupo	(2) Perdas do exogrupo
CONSEGUIRAM MUITO	0,880	
POSSUEM INFLUÊNCIA POLÍTICA	0,714	
FORAM RESPEITADOS	0,669	
NÃO FALARAM DO ASSUNTO	0,597	
FORAM EXIGENTES	0,593	
DISCRIMINAÇÃO NÃO É PROBLEMA	0,527	0,417
FICARAM CALADOS ESPERANDO GOVERNO		0,740
AUTORIDADES NÃO OUVIRAM OS INDÍGENAS		0,681
FORAM PREJUDICADOS NA DEMARCAÇÃO		0,679
FORAM RESPEITADOS	0,407	0,675
NÃO PRECISAM DE AJUDA		0,497

Fonte: Dados da pesquisa

As pesquisas posteriores sobre privação relativa empreendidas por Runciman (1966) dão conta da existência de dois tipos de privação: fraterna, quando o grupo de referência normativo é exterior ao próprio grupo; egoísta, quando o grupo de referência normativa é o próprio grupo de pertença. Segundo o autor, essa distinção é importante para atribuir relevância social à primeira. A privação relativa do tipo fraterna explica a dinâmica dos conflitos entre grupos em

busca de um cenário de justiça social.

Brown (1988) reconhece a importância da perspectiva da privação relativa e afirma que a hipótese explica o fato – insólito – de grupos dominantes exprimirem descontentamento social na tentativa de reforçar ou recuperar sua estrutura/posição de dominância.

Na última parte do instrumento, com base na homologação da reserva pelo STF, as expressões apresentadas identificaram a dicotomia existente entre a autonomia indígena e a prevaência da tutela.

Tabela 4:

Decisões Superior Tribunal Federal (STF)	Componentes	
	(1) Autonomia	(2) Tutela
RIOS E SOLO CONTROLADOS PELO GOVERNO FEDERAL	0,857	
RIOS (ENERGIA) AUTORIZAÇÃO GOVERNO FEDERAL	0,845	
GOVERNO (FEDERAL) PODE INSTALAR BASES MILITARES	0,828	
POLÍCIA FEDERAL PODE ATUAR	0,811	
GOVERNO (FEDERAL) PODE CONSTRUIR RIRSS	0,811	
GARIMPO SÓ COM AUTORIZAÇÃO DO CONGRESSO		
NÃO PODEM COBRAR TARIFAS		0,858
NÃO PODEM ALUGAR		0,838
NÃO PODEM VENDER TERRAS		0,829
PRECISAM SEMPRE DE AUTORIZAÇÃO		0,682
NÃO PAGAM IMPOSTOS		0,656

Fonte: Dados da pesquisa

Os itens do primeiro componente (autonomia), com uma variância explicada elevada, em termos percentuais, indicam que inexistente a ideia de autonomia, mesmo em terras indígenas demarcadas. A prévia autorização do governo federal a todas as possibilidades de usos e frutos do solo, dos rios e das riquezas traduz que as etnias indígenas e, em especial as etnias da RIRSS, não possuem autonomia. Um contrassenso em relação à Declaração Universal dos Direitos dos Povos Indígenas da Organização das Nações Unidas (ONU), que reconhece e estabelece a eles o direito coletivo à terra, ao uso dos recursos naturais e à autodeterminação política. Deve-se lembrar que a declaração foi

aprovada com o voto de 143 nações, entre elas, o Brasil.

O segundo componente (tutela), cuja variância explicada dos itens também apresenta valores elevados, só reforça a ideia de uma tutela extinta apenas no papel, apesar de o Congresso Nacional ter ratificado a Convenção 169 da Organização Internacional do Trabalho (OIT), que revoga a tutela indígena.

O item garimpo só com autorização do Congresso não apresentou uma variância expressiva, claramente explicável: garimpagem não é atividade indígena, como ficou demonstrado no teste de centralidade. As representações do indígena estão associadas à selva, à floresta, ao artesanato, à caça, à pesca e à luta (guerra).

### **Considerações finais**

De fato, identificam-se nos estudos capítulos de uma mesma história que se mantém (quase) inalterada. Fora da aldeia (na mídia), o indígena não se reconhece, mas, sobretudo, não é reconhecido: é invisível. Na aldeia, mantém a identidade original: caça, pesca e disputa por territórios. Também não é mais tutelado (pelo menos juridicamente), entretanto, ainda é um sujeito heterônomo.

Comentando o trabalho dissertativo (não publicado) de Carmo (1991), *Entre a cruz e espada: o índio no discurso do livro didático de história*, Van Dijk (2004) argumenta que, de fato, as representações do indígena no Brasil (e, por extensão, na América Latina) estão todas elas vinculadas à origem dos descobrimentos, ou seja, permanecem as mesmas representações por ocasião da chegada dos europeus ao continente, há mais de 500 anos. “Muitas de suas características não são descritas, são na verdade comparações explícitas e implícitas com os europeus”, afirma Van Dijk (2004, p. 171). Os resultados do estudo empírico corroboram aquilo que o autor chama de associações de características do passado e, com algumas exceções, com o presente.

Tomando de empréstimo o resultado das pesquisas empreendidas por Van Dijk (2008) em relação aos negros no Brasil, o duplo papel exercido pelo silenciamento (negação da desigualdade e homogeneização da cultura) parece fazer eco com os resultados dos estudos empreendidos pelo autor, pois, assim como outras minorias, também os indígenas não aparecem nos conteúdos midiáticos. Essas constatações de fato condicionam a relação entre comunicação e

representações sociais. Não se podem comunicar sem partilhar determinadas representações.

Desse modo, parece pertinente afirmar que fenômenos complexos, como o preconceito, são na verdade estruturas institucionais, que aparecem, sobretudo, nos veículos de mídia, como situações potencialmente comunicativas, validadas como contratos de comunicação, com o objetivo de manter os discursos das elites dominantes.

Assim, os resultados desse estudo indicam que as representações sociais dos indígenas veiculadas pela mídia, sobretudo do caso da Reserva Indígena Raposa Serra do Sol, são, na verdade, parte de um processo de manutenção do *status quo* de determinados atores sociais. Essa construção, que também é social, intenciona manter um discurso hegemônico de uma democracia racial à brasileira, toda ela construída à custa da marginalização de grupos (negros, indígenas etc.) minoritários em favor dos grupos majoritários. De fato, aquilo que se veicula na mídia indica apenas o lugar específico do grupo hegemônico: a fala, a língua, as vestes, a alimentação, a dança, dentre outros aspectos.

A identidade indígena que circula nos veículos de mídia é associada ao lugar do subalterno, silenciado (BRAGA & CAMPOS, 2011), cuja característica aproxima-o de um sujeito menos humano, quase infra-humano. Aquilo que Souza (2003) denomina de subcidadania, em relação aos indígenas, é na verdade um processo de naturalização da desigualdade. A identidade social do indígena que circula nos veículos de mídia é construída segundo formas impessoais e opacas, formando cidadãos de segunda e terceira classes.

Esse fenômeno de massa que desqualifica determinados grupos sociais como hegemônicos, ao mesmo tempo precariza outros grupos, tornando-os invisíveis, subprodutos resultantes da massificação de um protótipo, em detrimento da construção de um estereótipo. Nessa perspectiva, a categoria “brasileiro”, definida por Souza (2003), é toda ela naturalizada, sedimentada. O indígena brasileiro, muitas vezes considerado menos humano, é, na verdade, resultante de uma sociedade que, historicamente, construiu contradições e revelou um processo naturalizado de gente, subgente e não gente. Assim, o indígena, sujeito da história, quando naturalizado como menos gente, é colocado à margem do social e de todas as políticas públicas de inclusão, nomeadamente as de caráter

educacional.

## Referências

- ABRIC, J. C. A abordagem estrutural das representações sociais. (P.H. F. Campos, Trad.) In A. S. P. Moreira & D. C. Oliveira (eds.) *Estudos interdisciplinares de representação social* (pp.27-38). Goiânia: AB. 1998.
- ALLPORT, G. W.. *The nature of prejudice*. New York, USA: Addison-Wesley Publishing Company Katz, Wackenhut & Hass, 1988.
- AMARAL, Virgílio. *Níveis de análise da ancoragem das representações sociais da inteligência e do seu desenvolvimento: Das posições sociais objectivas às identidades sociais*. *Análise Psicológica*, 2 (XV): 305-317. 1997.
- Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão. *Flexibilização do programa A voz do Brasil*. Disponível em <http://www.abert.org.br>, Acesso em 02. Maio. 2011.
- BAKER, P. *Gestão ambiental: a administração verde*. Rio de Janeiro: Qualitymark.. 2005.
- BENDER, Arthur. *Personal Branding: construindo sua marca pessoal*. São Paulo: Integrare Editora. 2009.
- BRAGA, C. F. CAMPOS, P. H. F. (no prelo). *Invisíveis e subalternos: as representações sociais do indígena*
- BROWN, Rupert. *Prejudice: its social Psychology*. Massachussetts: Blackwell Publishers. 1988.
- CAMPOS, P. H. F. A abordagem estrutural e o estudo das relações entre práticas e representações sociais. 2003. In P. H. F. Campos & M. C. da S. Loureiro, *Representações sociais e práticas educativas* (pp. 22-36). Goiânia: UCGMoliner 1995.
- CAMPOS, P. H. F. As representações sociais como forma de resistência ao conhecimento científico. 2005. In: P. H. F. Campos & D. C. Oliveira, (org.). *Representações Sociais: uma teoria sem fronteira*. Rio de Janeiro: Museu da RepúblicaRouquette 1999.
- CARMO, S. I. S. do *Entre a cruz e a espada: o índio no discurso do livro didático de História*. Dissertação de Mestrado não publicada, Faculdade de Educação/FE da Univesidade de São Paulo. São Paulo: São Paulo. 1991.
- DEL PRETTE, A. & DEL PRETTE, Z.A. Assertividade, sistema de crença e identidade social. *Psicologia em Revista*, Belo Horizonte, 9 (13), 125-136. 2003.
- DOISE, W. From social psychology to societal psychology. *Psicologia.: Teoria e Pesquisa.*, Brasília, 18 (1). 2003. Disponível em <http://www.scielo.br>, Acesso em 24 Jan. 2010.
- GIGLIO, E. *O comportamento do consumidor e a gerência de marketing*. São Paulo: Pioneira. 1996.
- GHIGLIONE, R. Situtions potentiellement communicatives et contrats de communication effectifs. In *Verbum*. Tome VII. Nancy 1984.



- GOMES, M. R. *As representações sociais entre estudos culturais e psicologia social*. Universidade de São Paulo ECA/USP. 2006.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2010). *Estatística do censo 2010*. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/home>. Acesso em 12. jan.2012.
- MATTAR, F.N. *Pesquisa de marketing*. São Paulo: Atlas. 2001.
- MERTON, R. K. *Social theory and social structure*. Glencoe: Free Press. 1957.
- MOSCOVICI, S. *A representação social da Psicanálise*. (A. Cabral. Trad.), Rio de Janeiro: Zahar. 1978.
- \_\_\_\_\_. Por que estudar Representações Sociais em Psicologia. *Estudos, vida e saúde*. 30 (1), 11-30. 2003.
- MURRAY, K. B. A test of services marketing theory: Consumer information acquisition activities. *Journal of Marketing*, 55(1), 10–25. 1991.
- NICKELS, W. G.; WOOD, M. B. *Marketing: relacionamentos, qualidade, valor*. Rio de Janeiro: LTC. 2004.
- POESCHLS, G. *Processus d'ancrage et représentations sociales de l'intelligence*. Porto: Universidade do Porto. 1995.
- ROGERS, E. M. & STEINFATT, T. M. *Intercultural Communication*. Prospect Heights, IL: Waveland Press. 1999.
- ROUQUETTE, M. L. Social representation and mass communication research. *Journal for the Theory of Social Behavior*, 26 (2): 221-231. 1996.
- RUNCIMAN, W. G. *Relative deprivation and social justice*. London: Routledge and Kegan Paul. 1966.
- SHAW, E. Agenda-Setting and Mass Communication Theory, *Gazette International Journal for Mass Communication Studies*, 25 (2), 96-105. 1979.
- SHERIF, M., HARVEY, D. J., WHITE, B. J., HOOD, W. R. & SHERIF, C. W. *Intergroup cooperation and competition: the robbers cave experiment*. Norman: University Book Exchange. 1961.
- SOUZA, J. *A construção social da subcidadania: para uma Sociologia Política da modernidade periférica*. Belo Horizonte : UFMG. 2003.
- TAJFEL, H. *Grupos Humanos e Categorias Sociais*. (Lígia Amâncio, Trad.), Lisboa: Livros Horizonte. 1981.
- VAN DIJK, T. A. *Dominación étnica y racismo discursivo em España y América Latina*. Traducción. Montse Basté. Barcelona: Gedisa. 2004.
- \_\_\_\_\_. *Racismo e discurso na América Latina*. São Paulo: Contexto. 2008.
- WOLF, M. *Teoria da Comunicação: mass media, contextos e paradigmas*. 5ª. ed. Lisboa: Artes Gráficas. 1999.