

CONSUMO CULTURAL E RACISMO ESTRUTURAL:

O PROCESSO DE SIGNIFICAÇÃO DE UM PRODUTO MIDIÁTICO

Marcello Kochhann LUCAS

CULTURAL CONSUMPTION AND STRUCTURAL RACISM: the process of meaning of a media product

CONSUMO CULTURAL Y RACISMO ESTRUCTURAL: El proceso de significado de un producto mediático.

RESUMO

Este artigo explora a relação entre consumo cultural e racismo estrutural, com foco em como reality shows como o Big Brother Brasil moldam as percepções públicas sobre raça e representatividade. Utilizando um estudo teórico-metodológico baseado na semiótica peirceana, analisamos o processo de significação de um trecho do conteúdo exibido na final do Big Brother Brasil 2023, da Rede Globo. A semiótica de Peirce oferece uma estrutura para compreender a relação entre o signo, o objeto e o interpretante, permitindo-nos explorar como os elementos visuais e sonoros presentes no programa contribuem para a construção e perpetuação de estereótipos raciais. A análise se concentra na identificação e classificação de signos como ícones, índices ou símbolos, investigando os níveis de significado atribuídos a eles e suas implicações culturais. Além disso, examinamos o impacto desse conteúdo nas discussões nas redes sociais e no debate público, considerando a alta audiência do programa e sua relevância como produto cultural popular. O artigo busca entender como a mídia de entretenimento influencia as narrativas sobre pautas como o racismo estrutural.

Palavras-chave: Comunicação; Consumo; Big Brother; Racismo; Semiótica.

ABSTRACT

This article explores the relationship between cultural consumption and structural racism, focusing on how reality shows like Big Brother Brasil shape public perceptions about race and representation. Using a theoretical-methodological study based on Peircean semiotics, we analyzed the process of meaning of a section of content shown in the final of Big Brother Brasil 2023, on Rede Globo. Peirce's semiotics offers a framework for understanding the relationship between the sign, the object and the interpretant, allowing us to explore how the visual and sound elements present in the program contribute to the construction and perpetuation of racial stereotypes. The analysis focuses on identifying and classifying signs as icons, indices or symbols, investigating the levels of meaning attributed to them and their cultural implications. Furthermore, we examined the impact of this content on discussions on social media and public debate, considering the program's high audience and its relevance as a popular cultural product. The article seeks to understand how the entertainment media influences narratives on issues such as structural racism.

Key words: Communication; Consumption; Big Brother; Racism; Semiotics.

RESUMEN

Este artículo explora la relación entre el consumo cultural y el racismo estructural, centrándose en cómo los reality shows como Big Brother Brasil dan forma a las percepciones públicas sobre la raza y la representación. Utilizando un estudio teórico-metodológico basado en la semiótica peirceana, analizamos el proceso de significación de una sección de contenidos exhibida en la final de Gran Hermano Brasil 2023, en la Rede Globo. La semiótica de Peirce ofrece un marco para comprender la relación entre el signo, el objeto y el interpretante, permitiéndonos explorar cómo los elementos visuales y sonoros presentes en el programa contribuyen a la construcción y perpetuación de estereotipos raciales. El análisis se centra en identificar y clasificar los signos como iconos, índices o símbolos, investigando los niveles de significado que se les atribuye y sus implicaciones culturales. Además, examinamos el impacto de este contenido en las discusiones en las redes sociales y el debate público, considerando la alta audiencia del programa y su relevancia como producto cultural popular. El artículo busca comprender cómo los medios de entretenimiento influyen en las narrativas sobre temas como el racismo estructural.

Palabras clave: Comunicación; Consumo; Big Brother; Racismo; Semiótica.

1. Introdução

O programa popular com maior audiência da TV brasileira denominado Big Brother Brasil, na sua vigésima terceira edição trouxe ao debate público a discussão da representatividade tendo em vista o recorte de raça, em algumas situações fazendo intersecção com raça e gênero. O programa exibido na noite do dia 25 de abril de 2023, último programa da edição 23, trouxe a tona a discussão da união dos participantes negros no programa e a quebra de estereótipos sobre a população negra, numa cena de solidariedade entre os participantes para “vender” sua imagem na tela na posição de superioridade. Inicialmente o presente trabalho pretende discutir a relação da semiótica, dos símbolos e os efeitos desses elementos no campo cultural, a partir do produto midiático. Escolheu-se trabalhar com um trecho isolado de 12 segundos para entender, a partir do grupo focal, quais os símbolos semióticos foram interpretados pelos interpretantes. Após as primeiras impressões, foi apresentado o VT completo de 5 minutos e 34 segundos.

A partir desse procedimento, pode-se entender, apesar do breve recorte feito pelo critério de escolha do grupo focal, como esse produto midiático com o tema “racismo estrutural” impacta diretamente nas narrativas criadas pelos telespectadores no campo da cultura. E é isso que esse artigo se dispõe a discutir.

A semiótica de peirce e o produto midiático

Num primeiro momento entende-se como importante retomar o conceito da semiótica a partir de Charles Sanders Peirce. A teoria oferece uma estrutura analítica para investigar como os signos funcionam e como eles são interpretados pelos indivíduos. Portanto, podemos explorar a aplicação da semiótica peirceana na análise do processo de significação de um produto midiático como o BBB23, além de examinar a relação do signo com o interpretante e sua conexão com a pauta do racismo estrutural.

Primeiro, para entender o processo de significação de um produto midiático pela ótica da semiótica peirceana, é necessário compreender os três elementos fundamentais propostos por Peirce: o signo, o objeto e o interpretante. O signo é a representação perceptível do objeto e pode assumir diversas formas, como palavras, imagens, sons e gestos. O objeto é aquilo que o signo representa, enquanto o interpretante é o efeito ou a interpretação que o signo produz na mente do intérprete.

Um signo, ou representamen, é aquilo que, sob certo aspecto ou modo representa algo para alguém. Dirige-se a alguém, isto é, cria, na mente dessa pessoa, um signo equivalente, ou talvez um signo mais desenvolvido. Ao signo assim criado denomino interpretante do primeiro signo. O signo representa alguma coisa, seu objeto. Representa esse objeto não em todos os aspectos, mas com referência a um tipo de idéia que eu, por vezes, denominei fundamento do representâmen. (Peirce, 1955, p.46)

No contexto de um produto midiático, como um programa de televisão, por exemplo, o signo pode ser uma imagem ou a fala do apresentador que busca comunicar uma mensagem específica. O objeto pode ser o conceito que o programa tenta transmitir. O interpretante é a compreensão ou a resposta que o espectador tem ao entrar em contato com o programa de TV. O processo de significação ocorre quando o interpretante relaciona o signo ao objeto de uma maneira que seja coerente com o contexto cultural e interpretativo.

A relação do signo com o interpretante é crucial para a compreensão do processo de significação. Peirce argumenta que o interpretante não é simplesmente uma cópia ou uma reprodução direta do objeto, mas uma interpretação subjetiva baseada em experiências e conhecimentos prévios do intérprete. Portanto, diferentes pessoas podem ter interpretantes diferentes diante do mesmo signo, uma vez que suas percepções e contextos individuais variam.

De acordo com Santaella no livro “A teoria dos signos” (2008), Peirce desenvolveu uma teoria semiótica em que o signo emerge da ação lógica do objeto, uma vez que é por meio do signo que o objeto se manifesta no interpretante.

No contexto do racismo estrutural, a aplicação da semiótica peirceana pode ser extremamente relevante. Através da análise semiótica, é possível investigar como os signos presentes em produtos midiáticos contribuem para a perpetuação de estereótipos e discriminações raciais. Por exemplo, certos estereótipos negativos podem ser associados a grupos étnicos específicos através da representação visual ou linguística em anúncios, filmes ou programas de televisão. Essas representações podem reforçar ideias discriminatórias e limitar a forma como determinados grupos são percebidos e tratados na sociedade.

Ao aplicar a semiótica peirceana ao estudo desses produtos midiáticos, é possível analisar como os signos são construídos e interpretados, buscando identificar as relações entre os elementos e as conotações que podem reforçar o racismo estrutural. Essa análise crítica permite compreender melhor como as representações midiáticas contribuem para a manutenção de desigualdades e auxilia na promoção de mudanças necessárias para uma sociedade mais justa e igualitária.

Em resumo, a semiótica peirceana oferece uma estrutura analítica valiosa para compreender o processo de significação de produtos midiáticos como o *reality show Big Brother Brasil*. Ao examinar a relação entre o signo, o objeto e o interpretante, é possível analisar criticamente como os elementos comunicacionais presentes nesses produtos contribuem para o racismo estrutural. Através dessa análise, podemos desenvolver uma maior consciência das representações midiáticas e promover mudanças positivas na sociedade.

Essa diversidade interpretativa abre espaço para a análise crítica das representações midiáticas e sua conexão com o racismo estrutural. Ao examinar as conotações e os estereótipos presentes nos signos midiáticos, podemos identificar como certas representações reforçam preconceitos e perpetuam desigualdades, contribuindo para a manutenção de uma estrutura racista na sociedade contemporânea.

Portanto, a semiótica a partir de Peirce nos permite investigar o processo de significação de objetos produto midiático, considerando a relação entre signo, objeto e interpretante. Essa abordagem, aliada à análise crítica das representações midiáticas, nos capacita a compreender essa relação com o racismo estrutural.

O racismo estrutural e a produção de sentido no campo da cultura

Para compreender o racismo estrutural, discutimos a obra “O que é racismo estrutura?” do autor Silvio Almeida.

“Em suma, procuramos demonstrar neste livro que as expressões do racismo no cotidiano, seja nas relações interpessoais, seja na dinâmica das instituições, são manifestações de algo mais profundo, que se desenvolve nas entranhas políticas e econômicas da sociedade”. (ALMEIDA, 2019, p. 16)

Para compreender o racismo é preciso compreender a formação da sociedade, principalmente no Brasil. Lembrando, que o conceito de raça, é uma construção política, portanto, social. E que, o racismo estrutural é também estruturante da sociedade.

Para o autor Almeida (2019), existem 3 conceitos para definir as violências para a população racializada. Discriminação racial “atribuição de tratamento diferenciado a membros de grupos racialmente identificados” (Id. Ibid., p. 25). Preconceito racial é o juízo baseado em estereótipos acerca de indivíduos que pertençam a um determinado grupo racializado, e que pode ou não resultar em práticas discriminatórias” (id. Ibid., p. 24). e racismo “é uma forma sistemática de discriminação que tem a raça como fundamento, e que se manifesta por meio de práticas conscientes ou inconscientes que culminam em desvantagens ou privilégios, a depender do grupo racial ao qual pertençam” (Id. Ibid., p. 24), este último, onde se encontra o racismo estrutural.

Os produtos midiáticos como o objeto a ser analisado entram nessa discussão de maneira *dramaturgizada*, trazendo uma roupagem estética que venda aos telespectadores. Numa lógica capitalista e neoliberal, os produtos midiáticos se acampam nessas narrativas, que são legítimas das minorias, com um discurso de representatividade. Mas para o autor, representatividade não é a solução para os problemas.

Segundo Silvio Almeida, a representatividade pode ter dois efeitos importantes no combate à discriminação:

1 propiciar a abertura de um espaço político para que as reivindicações das minorias possam ser repercutidas, especialmente quando a liderança conquistada for resultado de um projeto político coletivo; 2 dismantlar as narrativas discriminatórias que sempre colocam minorias em locais de subalternidade. Isso pode servir para que, por exemplo, mulheres negras questionem o lugar social que o imaginário racista lhes reserva. A força da eleição ou o reconhecimento intelectual de um homem negro e, especialmente de uma mulher negra, não podem ser subestimados quando se trata de uma realidade dominada pelo racismo. Ademais, a representatividade é sempre uma conquista, o resultado de anos de lutas políticas e de intensa laboração

intelectual dos movimentos sociais que conseguiram influenciar as instituições.

No entanto o autor reforça que, visibilidade negra não é poder negro. E citando Charles Hamilton e Kwame Ture, Almeida (2019) reafirma que o problema do racismo não é representatividade, mas sim um problema de poder real. Retomando o ponto de que, mesmo o produto televisionado abordando as pautas identitárias, de raça e gênero, quem representa o poder é a branquitude.

Portanto, a representatividade é sim um aspecto importante para promover a inclusão de minorias e combater o racismo. No entanto, é preciso entender que apenas ter representantes das minorias em posições de prestígio social e poder não resolve completamente o problema do racismo estrutural por estar enraizado nas estruturas, políticas e práticas das instituições, perpetuando a discriminação racial de forma sistemática. Embora a representatividade seja um passo importante para garantir que as vozes das minorias sejam ouvidas, ela não garante automaticamente mudanças estruturais significativas.

Mas para analisarmos, como essas questões de fato são interpretadas pelos interpretantes no campo cultural é essencial também compreender de que maneira a cultura é definida. Pensando que a mídia e todos esses processos mediados interferem diretamente nos processos da cultura. Por isso, pensar essas transformações a partir da ótica dos estudos culturais nos norteia a pensar que a cultura é construída e compartilhada por meio da linguagem à medida que se atribui sentido a indivíduos, objetos e acontecimentos.

[...] cultura diz respeito à produção e ao intercâmbio de sentidos – o “compartilhamento de significados” – entre os membros de um grupo ou sociedade. Afirmar que dois indivíduos pertencem à mesma cultura equivale a dizer que eles interpretam o mundo de maneira semelhante e podem expressar seus pensamentos e sentimentos de forma que um compreenda o outro. Assim, a cultura depende de que seus participantes interpretem o que acontece ao seu redor e “deem sentido” às coisas de forma semelhante (HALL, 2016, p. 20).

Este processo de “dar sentido”, ou seja, atribuir um significado a determinado fenômeno, está relacionado a todas as práticas da cultura, tanto na construção da identidade quanto na demarcação das diferenças, na produção e no consumo e até na regulação da conduta social. E, em todos estes momentos, um dos aspectos mais privilegiados pelo qual este sentido é construído é por meio da linguagem. A linguagem tem esta importância, pois ela própria se configura como um sistema representacional, pois se utiliza de signos e símbolos – sonoros,

escritos, imagens e até objetos – para representar o que permeia os indivíduos, sejam objetos, pessoas ou situações. Sendo assim, a linguagem se torna “um dos ‘meios’ através do qual pensamentos, ideias e sentimentos são representados em uma cultura”, e, portanto, “a representação pela linguagem é essencial aos processos pelos quais os significados são produzidos” (HALL, 2016, p. 18).

Quando se fala em linguagem, a referência é a um sentido muito mais amplo e não apenas ao idioma, mas, sim, a todos os fenômenos em que se utiliza algum componente para expressar um conceito, um pensamento, uma ideia, e, assim, dar significado àquilo que se quer dizer.

A língua falada faz uso de sons, a escrita de palavras, a música arranja notas em escala, a “linguagem corporal” emprega gestos físicos, a indústria da moda utiliza itens de vestuário, a expressão facial se aproveita de traços individuais, a TV, por sua vez, apropria-se de pontos produzidos digital e eletronicamente e o sinal de trânsito usa as cores vermelha, verde e amarela para “dizer algo” (HALL, 2016, p. 24).

Portanto, a cultura se constitui a partir de um conjunto de significados compartilhados e dela é possível se alimentar para encontrar e produzir sentido e expressar-se por meio de múltiplas linguagens.

É importante entender que a linguagem e a cultura também são questões centrais para discutir o racismo estrutural, portanto é preciso reconhecer que as minorias não são um grupo homogêneo, e suas perspectivas e cosmovisões de mundo podem variar. Mesmo que haja consenso entre os representantes, é possível que nem todas as necessidades sejam adequadamente abordadas. Além disso, mesmo que um representante esteja comprometido em trazer mudanças, ele pode enfrentar limitações de poder e resistência dentro da instituição.

Portanto, para combater efetivamente o racismo, é necessário ir além da representatividade e trabalhar para reformar as estruturas institucionais. Isso envolve a revisão de políticas e práticas que perpetuam a discriminação racial e a implementação de medidas concretas para promover a igualdade e a inclusão. Como dito anteriormente, a representatividade não é a solução mas é um componente importante desse processo. Por isso, vamos analisar um produto midiático do programa com maior audiência da televisão aberta no Brasil, em um trecho em que se discute racismo, representatividade e visibilidade de pessoas pretas.

A análise do produto midiático por espectadores

Um grupo focal formado por 5 membros, sendo 4 mulheres e 1 homem, todos acadêmicos de ensino superior em fase de formação, sendo 3 eles da área da comunicação, mas em fase inicial do curso, outro da fisioterapia e outro da odontologia. O mais jovem possui 19 anos e o mais velho 24 anos. Os membros do grupo são em sua maioria brancos, sendo apenas uma pessoa preta de pele clara. Os critérios de escolha para esse *focus group*, foram: faixa etária, ser usuário assíduo de redes sociais e estar cursando ensino superior. Ter assistido o reality BBB23 não foi um critério de escolha.

O convite para os membros do grupo foi feito aleatoriamente, para pessoas do círculo social do pesquisador que se encaixavam nos critérios elencados. Tendo em vista que isso é um recorte de pessoas com classe social, nível intelectual e região. Os membros do grupo são de cidades diferentes, mas todos do sul do Brasil, sendo 4 do Rio Grande do Sul e 1 de Santa Catarina.

O vídeo analisado é o trecho de um VT sobre racismo estrutural. O trecho em questão apresenta participantes negros levantando a cabeça de outros participantes. Esse trecho dura apenas 12 segundos e foi exibido em rede nacional no horário nobre da TV brasileira.



Figura 1

Três pessoas do grupo focal citaram que interpretavam o trecho como um vídeo que tinha intenção de passar a ideia de apoio, empatia e solidariedade. Uma integrante relatou que só a remetia tristeza. A integrante negra disse que a remetia ancestralidade e união. A totalidade

dos membros do grupo focal citaram a música como principal elemento de comoção, citando que a música alta os incomodava sonoramente, ao mesmo tempo que fazia com que tivessem que prestar atenção nos demais elementos para compreender a mensagem.

A semiótica de Peirce oferece uma estrutura robusta para compreender a relação entre o signo, o objeto e o interpretante. No contexto do Big Brother Brasil 2023, a análise do trecho em que participantes negros se apoiam mutuamente permite explorar como esses elementos visuais e sonoros contribuem para a construção e perpetuação de estereótipos raciais. O signo, nesse caso, é a imagem dos participantes exibida na tela, o objeto é o conceito de solidariedade e resistência racial que essa imagem pretende representar, e o interpretante é a interpretação do público ao assistir à cena. Segundo Peirce, “um signo, ou representamen, é aquilo que, sob certo aspecto ou modo, representa algo para alguém” (Peirce, 1955, p.46).

Primeiro, podemos identificar os signos visuais presentes na cena. A imagem dos participantes negros levantando a cabeça de outros participantes é um ícone de apoio e união. Este ícone é fundamental para transmitir uma mensagem de solidariedade entre os participantes negros, destacando uma narrativa de resistência e superação frente ao racismo estrutural. A escolha visual de mostrar esse gesto de elevação de cabeça é significativa, pois o ato de "levantar a cabeça" simboliza dignidade, orgulho e resiliência. Como Stuart Hall sugere, a cultura é um “processo de ‘dar sentido’ aos eventos sociais” (Hall, 2016, p.20), e nesse contexto, o gesto visualmente capturado ganha um significado profundo.

Além dos signos visuais, os signos sonoros desempenham um papel crucial na construção do significado. A música de fundo utilizada durante a cena é um índice que aponta para a emoção e a intensidade do momento. A música alta e comovente é projetada para evocar sentimentos de empatia e solidariedade no público. Este índice sonoro guia a interpretação do espectador, amplificando a mensagem de união e resiliência transmitida pelos ícones visuais. Como Peirce destacou, o índice “força a atenção para um objeto particular sem descrever quaisquer características” (Peirce, 1955, p.102), servindo para direcionar a resposta emocional do público.

A relação entre esses signos visuais e sonoros e o objeto (solidariedade e resistência racial) é complexa. Enquanto a cena busca retratar a força e a união dos participantes negros, ela também pode ser interpretada de maneiras diversas dependendo do contexto cultural e das experiências prévias do público. Para alguns espectadores, a cena pode reafirmar estereótipos

de que os negros precisam sempre lutar e se apoiar mutuamente devido a uma posição de inferioridade imposta pelo racismo estrutural. Silvio Almeida argumenta que “o racismo é uma forma sistemática de discriminação que tem a raça como fundamento” (Almeida, 2019, p.24), e este trecho pode ser visto como uma ilustração disso, mostrando a contínua necessidade de resistência dentro de um sistema racista.

Finalmente, o interpretante, ou seja, a interpretação do público, é influenciado por essas representações visuais e sonoras. O impacto do trecho no público depende de como cada indivíduo relaciona o signo ao objeto. Aqueles com uma compreensão mais profunda do racismo estrutural podem ver a cena como um reconhecimento importante da luta contínua pela igualdade. Em contrapartida, espectadores menos conscientes das dinâmicas raciais podem interpretar a cena de maneira superficial, sem compreender as implicações mais profundas do racismo estrutural retratado. Hall observa que “a cultura depende de que seus participantes interpretem o que acontece ao seu redor e ‘deem sentido’ às coisas de forma semelhante” (Hall, 2016, p.20), destacando a importância do contexto cultural na interpretação dos signos. Essa diversidade de interpretações ressalta a importância de uma análise crítica dos signos midiáticos e suas conotações culturais.



Figura 2

Ao analisar o vídeo completo de 5 minutos do Big Brother Brasil 2023, que inclui narrativa verbal, falas e histórias do programa com vários recortes, é possível identificar uma diversidade de signos que contribuem para a construção de significados complexos. Esses

signos visuais e sonoros são interpretados de maneira variada pelo público, refletindo a subjetividade e a bagagem cultural de cada indivíduo.

Os signos verbais presentes nas falas dos participantes e na narrativa do vídeo funcionam como símbolos que carregam significados culturalmente compartilhados. Um dos espectadores interpretou a mensagem do vídeo como uma expressão de “empoderamento e união para a população negra”. Esse signo verbal de "empoderamento" atua como um símbolo que representa a força e a resistência da comunidade negra, evocando um sentido de solidariedade e coesão. Segundo Peirce, os símbolos são signos que representam seus objetos por meio de uma convenção ou associação de ideias (Peirce, 1955), e nesse caso, o empoderamento é um conceito que tem ressonância significativa dentro do contexto das lutas raciais.

Outro espectador captou a mensagem como "união, luta, história até eles entre eles, mostrando o quanto eles precisam continuar lutando e o quanto orgulho toda essa luta vem trazendo". Aqui, os signos de "união" e "luta" operam como ícones de resistência, evocando imagens de batalhas históricas e contínuas pela igualdade racial. A narrativa do vídeo utiliza esses ícones para criar uma ligação emocional e histórica com os espectadores, reforçando a ideia de que a luta contra o racismo é contínua e necessária. Peirce descreve os ícones como signos que representam seus objetos por similaridade ou semelhança (Peirce, 1955), e nesse contexto, os ícones de união e luta são visualmente e emocionalmente evocativos.

A interpretação da espectadora negra, que destacou que o vídeo incitou discussões sobre a liberdade das pessoas negras serem quem são, não se calarem, ocuparem grandes espaços, ser voz para aqueles que não têm voz, promoverem a união e valorizarem sua história, acrescenta uma camada de profundidade à análise semiótica. Aqui, a liberdade e a expressão autêntica são índices que apontam diretamente para experiências vividas e aspirações da comunidade negra. Índices, conforme Peirce, são signos que indicam ou apontam diretamente para seus objetos devido a uma conexão real ou causal (Peirce, 1955). A liberdade e a autoafirmação dos participantes do BBB23 funcionam como índices que conectam a representação midiática com as realidades vividas e as esperanças de mudança social.

Essas diferentes interpretações dos signos presentes no vídeo revelam como a significação é um processo dinâmico e multifacetado. Cada espectador traz sua própria perspectiva e contexto cultural para a interpretação dos signos, resultando em uma gama

diversificada de significados. Essa pluralidade de interpretantes destaca a complexidade das representações midiáticas e a importância de uma análise crítica para entender como os signos visuais e verbais contribuem para a construção de narrativas culturais e sociais. Stuart Hall enfatiza que “a cultura diz respeito à produção e ao intercâmbio de sentidos entre os membros de um grupo ou sociedade” (Hall, 2016, p. 20), e isso é claramente observado na variedade de significados atribuídos pelos espectadores ao vídeo analisado.



Figura 3

As percepções de cada integrante do focus group foram em muitos momentos semelhantes, mas com diferencial para a pessoa de pele preta, que conseguiu ler símbolos diferentes dos demais. Vale ressaltar que o produto midiático, na sua integralidade, nos 5 minutos e 34 segundos ele possui uma narrativa óbvia do que ele quer contar, trazendo elementos em som, imagem com intuito claro de emocionar, numa espécie de dramaturgia da “vida real” dos participantes do reality, com a temática do racismo estrutural.

A dramatização do VT, tinha por trás a intenção da compreensão social e a estetização do produto como embalagem “entretenimento”.

Porém, mesmo com uma mensagem, diga-se de passagem óbvia, os interpretantes observaram o produto de maneira distintas, reforçando o discurso de Santaella.

Considerações finais

Em conclusão, a análise semiótica e cultural do Big Brother Brasil 2023 evidencia o poder simbólico dos produtos midiáticos em trazer à tona reflexões importantes sobre visibilidade e representatividade para a população negra. No entanto, é crucial reconhecer que

as estruturas de poder continuam dominadas pela branquitude, e a mídia frequentemente propaga estereótipos e discriminações.

Dessa forma, a mídia tem a responsabilidade social de promover uma comunicação plural e inclusiva. A discussão sobre o racismo estrutural no entretenimento revela a conexão entre capital e controle dos meios de produção, reforçando a necessidade de letramento racial e debates sobre racismo para o grande público.

É essencial abrir espaço para essas discussões, a fim de desafiar e transformar as estruturas sociais existentes. Assim como na academia, onde pesquisadores negros começam a ganhar visibilidade, é necessário promover a inclusão e a representatividade em todos os contextos econômicos, sociais e institucionais. Somente através de uma compreensão profunda das causas estruturais do racismo podemos aspirar a uma sociedade mais justa e igualitária.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Sílvio. O que é racismo estrutural? São Paulo: Letramento, 2018.

BBB [Instagram: @bbb]. #FINAL “Eu sou porque nós somos”. Vídeo (25 de abril de 2023). Disponível em: <www.instagram.com/reel/Cre6aFRsIGr/?igshid=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D>. Acesso em 16/06/2023.

HALL, Stuart. Da Diáspora: Identidade e Mediações Culturais. Trad. Adelaine La Guardiã Resende...(ET AL). Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

HALL, Stuart. A identidade Cultural na Pós-Modernidade. Trad. Tomaz Tadeu Silva e Guaracira Lopes Louro. 4. ed. Rio de Janeiro, DP&A, 2000.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura. Educação e Realidade, v. 22, n. 2, 1997.

NÖTH, Winfried. Panorama da semiótica: de Platão a Peirce. São Paulo: Annablume, 1995. 1ª edição.

PEIRCE, C. S. Semiótica. Tradução de José Teixeira Coelho Neto. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 2000.

SANTAELLA, Lúcia. O que é semiótica. São Paulo: Brasiliense, 1989, 2ª edição.

SANTAELLA, L. Semiótica aplicada. São Paulo: Cengage Learning, 2015.