
ESTUDO DA REPRESENTAÇÃO: JORNALISTAS NEGROS E NEGRAS SÃO EXEMPLOS DE IDENTIDADE¹

Felipe Matheus de Sousa ²
Larissa Fernanda Domingues Rosseto³
Centro Universitário Sagrado Coração, Bauru, SP

RESUMO

A televisão assumiu o papel de protagonista na história da comunicação desde seu início no país, e com o telejornalismo não foi diferente. Com o papel principal de levar informação à toda população, o telejornalismo transformou a forma de se relacionar com as notícias, e jornalistas, repórteres e apresentadores provocam identificação e representação dos espectadores. Porém, quando analisamos a presença de jornalistas negros nos principais telejornais da TV aberta brasileira, a relação é marcada principalmente pela ausência e por poucos exemplos como apresentadores. O presente artigo tem o objetivo de apresentar reflexões sobre a representação do povo negro por meio do estudo da identificação no telejornalismo brasileiro, a partir da pesquisa descritiva-documental bibliográfica.

PALAVRAS CHAVE: Comunicação; Identidade; Racismo; Representação; Telejornalismo.

INTRODUÇÃO

A televisão no Brasil desde sua implementação ultrapassou as mais diferentes barreiras até a sua consolidação no país, a inovação superou as limitações tecnológicas, logísticas e as barreiras da comunicação, criando assim uma nova forma de se comunicar e de transmitir notícias. Sob influência do mercado Europeu e principalmente dos Estados Unidos, a TV brasileira criou uma nova linguagem e principalmente uma nova relação com seu público, com a informação e o entretenimento brasileiro.

A televisão trouxe o poder e a capacidade da transmissão da informação com o deslumbramento da imagem em um formato inovador notável até os dias de hoje. “O fascínio causado pelas imagens e mensagens transmitidas torna a TV um veículo versátil,

¹ Trabalho apresentado no IJ01 – Jornalismo da Intercom Júnior – XVII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Bacharel em Jornalismo da Centro Universitário Sagrado Coração. E-mail: sousafelipe1997@gmail.com

³ Orientadora do trabalho, Professora-Mestre do curso de Jornalismo do Centro Universitário Unisagrado. E-mail: larissa.rosseto@unisagrado.edu.br

que permite a fácil transposição da fronteira entre ficção e a realidade” (GILDER *apud* CANCIO, 2005, p. 28).

A TV, no Brasil, cresceu e transformou a sua própria programação. Com linguagem herdada do Rádio, presente nas radionovelas e nos grandes radiojornais, como o “Repórter Esso”, transformou e mostrou a evolução do meio de comunicação.

Se a televisão assim se impôs, foi não só porque ela apresenta um espetáculo, mas também informação mais rápida do que os outros, tecnologicamente apta, desde o fim dos anos 80, pelo sinal de satélites, a transmitir imagens instantaneamente, à velocidade da luz. Tomando a dianteira na hierarquia da mídia, a televisão impõe aos outros meios de informação suas próprias perversões, em primeiro lugar com seu fascínio pela imagem (MELLO, 2009, p.2).

Desde sua implementação nos anos 50 no Brasil, além de se estabelecer como principal meio de comunicação do país, a TV se fortaleceu enquanto modelo de negócio, com investimentos tecnológicos na área e principalmente em profissionais da área, como os jornalistas.

A profissionalização do jornalismo acompanhou a evolução tecnológica da sociedade, e as transformações contribuíram para o desenvolvimento da carreira e principalmente do jornalista. No início, exercer a carreira não demandava muita tecnologia: a máquina de escrever, considerada o marco inicial das redações, superou a caneta pluma com a sua capacidade de aumento da produção de conteúdo com características modernas e de alta tecnologia para a época, junto com o avanço da impressão, que chegou às redações no século XIX. O jornalismo, conforme Medina (1982), passou a apresentar indicativos da influência da fase industrial e da urbanização.

A reestruturação, influenciada pela Revolução Industrial, determinou uma mudança na estrutura primordial do jornalismo, por exemplo, na organização da produção, com a divisão do trabalho. O objetivo era alcançar a massa, que precisava ser abastecida com notícias rápidas, compreensíveis e com alto grau de assertividade, características presentes no jornalismo moderno a partir do século XX.

Foi possível notar o crescimento do jornalismo como ramo comercial. Essa mudança contribuiu para que a difusão da informação fosse encarada como negócio com a finalidade de lucro, visível no número crescente de publicações de jornais e na expansão da circulação. De acordo com Traquina (2005), o financiamento trazido com a publicidade, somado ao lucro com a venda das publicações que atingiam tiragens cada

vez maiores, possibilitaram a independência editorial e financeira, o que permitiu um novo padrão com um jornalismo focado em fatos, não em opinião. No contexto do telejornalismo, não foi diferente. O modelo de se fazer jornalismo evoluiu e se tornou um negócio com a finalidade principal de gerar lucro (PENA, 2005).

É nesse contexto que notamos a influência das grandes organizações nas redações e principalmente no telejornalismo com a publicidade e o setor comercial, responsável pela captação de recursos. “O espaço para a publicidade é reservado na página antes das notícias. [...] E se vier um anúncio de última hora, qualquer matéria pode cair, ou seja, deixa de ser publicada. Na televisão, a lógica é a mesma” (PENA, 2005, p. 136).

Essa relação presente no jornalismo e no telejornalismo é marcada entre vários pontos por conflitos ideológicos e metodológicos. Hoje, a influência das organizações e do setor comercial (publicidade) pode interferir nos caminhos e decisões sobre os valores-notícia e no cotidiano da profissão, como afirma a Teoria Organizacional. “As notícias são o resultado dos processos da interação social dentro da empresa jornalística” (TRAQUINA, 2005, p.157).

A rotina no telejornalismo pode ser considerada e definida pela pressão constante nas rotinas produção. Isso ocorre principalmente pelas definições de editoriais, confrontos entre valores éticos e posicionamento das grandes organizações. A presença do poder econômico, o bom relacionamento com setores financeiros e comerciais e os valores das empresas afetam o percurso do elemento essencial do telejornalismo e do jornalismo, a notícia.

Quando analisamos o cotidiano da notícia por meio das relações interpessoais nas redações, a definição dos valores-notícia e dos critérios de noticiabilidade também é afetada por toda a estrutura de produção, conforme destacado pela Teoria do *Newsmaking*, que aborda a produção dentro de um processo que se assemelha à linha de produção industrial e condiciona quais informações serão transformadas em notícia e de que forma.

Além do processo das rotinas produtivas, a relação entre jornalismo e notícias está ligada à rotina das redações, com organização de tempo e espaço para que os acontecimentos, considerados adequados ao editorial e aos valores-notícia possam ser trabalhados de maneira plena. (PENA, 2005)

A grande problemática dessas rotinas presentes no cotidiano do jornalismo, assim como o telejornalismo, é a falta de controle da própria rotina e autonomia do profissional.

O peso de uma rotina produtiva, seguindo linhas editoriais, acrescentado a critérios presentes no valores-notícia colocam em rota de colisão a liberdade e autonomia do profissional com valores organizacionais e influências externas.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para o desenvolvimento deste artigo, foi realizada a pesquisa bibliográfica e documental sobre a história do telejornalismo brasileiro, bem como conceitos relativos ao fazer jornalístico. Para compreender sobre as representações e identificações do público negro diante dos telejornais da TV aberta brasileira, realizou-se um questionário online por meio da ferramenta gratuita formulários do Google, o Google Forms.

A escolha de tal técnica metodológica justifica-se por ser uma pesquisa descritiva e exploratória, assim definida por Raupp e Beuren (2006), que tem como meta proporcionar visão geral do fato e descrever determinada população ou fenômeno.

O questionário, composto por 10 questões, ficou exposto para o público-alvo de dezembro de 2019 a março de 2020 por meio da divulgação em grupo da rede social Facebook, denominado “Levante negro”. Composto por mais de 10 mil pessoas negras de todo o Brasil, o grupo foi criado no ano de 2015 com o principal objetivo de divulgação do conteúdo relacionado ao público negro no Brasil e no mundo, além de troca de experiências entre os usuários.

Ao todo, foram coletadas 80 respostas de voluntários que aceitaram a participação na pesquisa direcionada totalmente ao público negro, com o objetivo de compreender como funciona a identificação e representação de jornalistas negros no telejornalismo da TV aberta. Os participantes da pesquisa aceitaram o pedido de participação, aprovado em comitê de Ética e Pesquisa⁴.

RACISMO NO (TELE)JORNALISMO

Além da presença de influências externas, no jornalismo e no telejornalismo, é possível notarmos a grande influência do racismo em diferentes partes do processo da rotina produtiva jornalística. Grande parte da problemática racial é tratada como tabu e acaba não sendo debatida e, principalmente, pautada. Hoje, no Brasil, o jornalismo é

⁴ Comitê de Ética e Pesquisa do Unisagrado, sob o número CAAE 25960019.7.0000.5502

mercado pela desvalorização e pela ausência de profissionais negros em frente às telas e nos cargos de tomada de decisão.

De acordo com o levantamento realizado pelo IBGE, de 2019, profissionais negros em comparação a brancos ocupam os cargos menos valorizados e com a remuneração salarial inferior: cerca de 45% do salário da população total. No critério de gênero, mulheres negras recebem apenas 44% do salário de homens brancos, enquanto homens negros, 56% dos rendimentos. Com essas estatísticas, é possível exemplificar a atual condição da população negra no mercado de trabalho, o que remete à presença do racismo. As justificativas que comprovam esses dados estão ligadas ao racismo estrutural e institucional notável nas redações e nas organizações de mídia, como a televisão e o telejornalismo.

O conceito de racismo institucional, também conhecido como racismo sistêmico, está atrelado a opressões no sentido individual ou coletivo de um determinado grupo racial. A sua definição está atrelada à exclusão diferenciada a esses grupos raciais, considerando uma certa hierarquia racial dentro de espaços enquanto instituições (WERNECK, 2013). “Em outras palavras, é no interior das regras institucionais que os indivíduos se tornam sujeitos, visto que suas ações e seus comportamentos são inseridos em um conjunto de significados previamente estabelecidos pela estrutura social” (ALMEIDA, 2019, p. 38).

As medidas opressivas estabelecidas como regras institucionais utilizam como argumento o conceito de raça e têm como objetivo principal manter a hegemonia do grupo opressor com o respaldo ou aval do Estado ou da própria instituição. Estabelecem um padrão de opressão racial, sendo mais sutis e de difícil identificação que atos racistas explícitos, não sendo, porém, menos destrutivas à vida em comparação com as outras subdivisões do racismo (ALMEIDA, 2019). Ao compreendermos a dinâmica do racismo institucional, entendemos que esse tipo de opressão parte do campo individual para atingir determinado coletivo minoritário e que as diferentes formas de opressão estão ligadas à estrutura racista presente na sociedade.

O conceito de racismo estrutural está presente nos aspectos históricos formadores do país. Desde a abolição da escravatura motivada pela pressão internacional e de movimentos libertários da época, o que gerou a marginalização como estratégia de opressão, o Estado utiliza-se desse tipo de opressão na forma de medidas que vão contra a liberdade ou direitos dos grupos raciais minoritários, como por exemplo, a violência, a

falta de acesso a oportunidades de escolarização, que configuram como ações de obturação de mobilidade social da população negra (GONZALEZ, 1982). Prova disso é a exclusão social que atinge em maior parte negros, que são 75,2% entre os mais pobres, enquanto brancos representam apenas 23,7% desse grupo, de acordo com o levantamento “Desigualdades sociais por cor ou raça no Brasil”, feito pelo IBGE em 2019.

Esses dois tipos de tipificação do racismo no país são notados em diferentes campos da sociedade, entre eles os meios de comunicação. No contexto da televisão, o negro é apresentado e representado em grande parte por estereótipos ao contrário do branco, que é valorizado (MOREIRA, 2019). Isso é notável em campanhas publicitárias, novelas e produtos de entretenimento.

A justificativa para a mídia se tornar uma ferramenta de opressão é o fortalecimento da hegemonia branca e da chamada branquitude, ou seja, a mídia se torna ferramenta para fortalecer a imagem e soberania branca, seguindo a lógica do mercado cujos produtos são direcionados quase sempre ao público-alvo branco (MOREIRA, 2019). É nesse ponto que o discurso opressivo é fortalecido enquanto o negro sofre com os estereótipos e têm a identidade negada em grande parte do processo de comunicação. “A negação desse outro, o ser negro, em uma sociedade regida pela estética morfológica branca, é a negação dos fenótipos explícitos no corpo negro” (COSTA, 2012, p. 54).

Ao analisarmos o telejornalismo, o racismo é demonstrado no processo de produção da notícia, perceptível nas escolhas influenciadas pela opinião pública, conforme a Teoria do *Gatekeeper*, em que o jornalista define o que vira notícia. Isso é comprovado no conteúdo das notícias produzidas, de maneira rasa e para promoção da falsa democracia racial. “A mídia tende a negar a existência do racismo, a não ser quando este aparece como objeto noticioso, devido à violação flagrante desse ou daquele dispositivo antirracista ou a episódios de conflitos raciais” (SODRÉ, 1999 *apud* RIBEIRO, 2004, p. 61).

Além do processo de negação de pautas ligadas ao antirracismo ou o chamado “esvaziamento” de pauta, no telejornalismo é possível notarmos a forma de tratamento da temática racial, que possui características de sazonalidade, em que o jornalismo a trata como um pretexto ligado ao fato histórico, como o fato de negros africanos escravizados e nos discursos, já que negros são considerados fontes oficiais quando o assunto é voltado ao debate da temática racial, enquanto fontes brancas são utilizadas em contexto diferentes.

Ao analisarmos o discurso, é possível notarmos o silenciamento, a negação de pautas raciais e da própria existência do racismo, motivada pelo mito da democracia racial e a sub-representação do negro no telejornal (SODRÉ, 2015 *apud* SILVA, 2020). A criação da imagem do negro é condicionada ao fortalecimento do branco, o que configura a chamada falsa representatividade.

A IDENTIFICAÇÃO E REPRESENTAÇÃO

O telejornalismo é composto por diferentes elementos e por ser um meio de comunicação que mobiliza e atua com sons e imagens, atua no imaginário do telespectador, criando assim uma relação diferente comparado a outros campos do jornalismo. Ao analisarmos o contexto da problemática racial, jornalistas negros enquanto formadores de opinião se tornam representantes da chamada identificação.

O conceito de identidade foi influenciado por diferentes concepções, entre elas ideias iluministas, em que o ponto central do conceito é o individualismo do homem. Outro ponto válido de análise é conceito sociológico em que a identidade atinge o conceito da sociedade. “A identidade, nessa concepção sociológica, preenche o espaço entre o “interior” e o “exterior” (HALL, 2011, p.11).

A concepção desse termo é moldada e transformada também pelas relações culturais nas quais somos representados, ou seja, identidades não são unificadas, pois carregam representações únicas do homem enquanto sujeito da sociedade e estão plenas de transformações à medida em que evoluímos do ponto vista sociológico.

Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas. Se sentimos que temos uma identidade unificada desde o nascimento até a morte é apenas porque construímos uma cômoda estória sobre nós mesmos ou uma confortadora narrativa do eu (HALL, 2011, p. 13).

A identidade não pode ser unificada por possuir características plurais, presentes na sociedade, como o contexto histórico, por isso não pode ser atrelada a um único ser. Tem a capacidade de se multiplicar por meio da representação cultural, gerando diferentes identidades.

Ao analisarmos a formação da identidade negra no Brasil, a sua construção é composta pelo fator histórico da construção identitária negra brasileira e entra em conflito com o mito da democracia racial utilizado em algumas hipóteses e teorias racistas e

opressivas. Nesse aspecto, em meio a esse contexto, a negritude surge para a formação da identidade do negro. Seguindo essa perspectiva, a cultura africana surge como ferramenta de conscientização e acima de tudo de resistência, fortalecendo assim a identidade por meio da negritude, unindo passado e preparando o futuro pela valorização.

Além do estudo da identificação presente nas imagens televisivas, a representação também atua no processo identitário. De acordo com Sêga,

As representações sociais se apresentam como uma maneira de interpretar e pensar a realidade cotidiana, uma forma de conhecimento da atividade mental desenvolvida pelos indivíduos e pelos grupos para fixar suas posições em relação a situações, eventos, objetos e comunicações que lhes concernem (SÊGA, 2000, p. 128).

No campo psíquico, a representação está direcionada à forma como nos relacionamos com a imagem ou com a figura representada. Isso ocorre na materialização da nossa realidade que está em constante construção, influenciada por nossas percepções (SÊGA, 2000). O nosso sistema de interpretação age como guia da informação que é repassada a partir das relações que temos conosco e com os outros indivíduos. Dessa forma, “a representação social se torna um instrumento referencial que permite a comunicação em uma mesma linguagem” (SÊGA, 2000, p. 130). Assim, a representação age de maneira igualitária no sistema cognitivo e o sistema de interpretação nos permite notar as diferenças pelas formas representadas.

Esse fenômeno ocorre no interior de cada ser, pelo sistema de representação, que é marcado pelas percepções e principalmente pelas familiarizações individuais. Uma das características principais da familiarização é o afeto criado a partir da memória. “O sistema de representação fornece os meios, as balizas pelas quais a ancoragem vai classificar no familiar e explicar de uma maneira familiar” (SÊGA, 2000, p. 131).

Em meio a esse processo, a televisão, assim como o telejornalismo, negligencia identidades e forma estereótipos negativos, que geram reflexos prejudiciais principalmente no aspecto psicológico dos indivíduos negros, influenciando a autoestima e a autoaceitação. Além do mais, no aspecto racial, esses grupos têm a tendência de desenvolverem a desvalorização própria e a perda do valor pessoal (MOREIRA, 2019).

ESTUDO DE REPRESENTAÇÃO E IDENTIDADE

Conforme já descrito, elaborou-se uma pesquisa descritiva documental sobre como o telejornalismo nacional representa jornalistas negros e se ocorre o fenômeno da identificação na prática. No período em que os questionários compostos por 10 perguntas foram expostos, ao todo 80 voluntários negros afirmaram a influência do racismo de maneira implícita e explícita nos telejornais. A seguir, os resultados obtidos:

Tabela 1- Frequência de consumo de telejornais

1. Você assiste a telejornais da TV aberta com qual frequência?		
ALTERNATIVAS	RESPOSTAS	%
Todos os dias	19	23,8%
Entre 3 a 4 vezes na semana	27	33,8%
Entre 1 e 2 vezes	22	27,8%
Não assisto	12	15%

Fonte: Elaborada pelo autor

A coleta das respostas mostrou que a frequência de consumo dos telejornais nacionais apresenta variação, já esperada e justificada pelo acesso às informações. Cerca de 34% dos voluntários assistem telejornais de 3 a 4 vezes na semana e cerca de 15% não consomem o produto, algo que pode ser justificado pela programação por meio da agenda de notícias.

Tabela 2 - Quantidade de telejornais consumidos na TV aberta

2. A quantos telejornais da TV aberta de diferentes emissoras você tem o hábito de assistir?		
ALTERNATIVAS	RESPOSTAS	%
Assisto a 1 telejornal	14	17,5%
Assisto a 2 telejornais	37	46,3%
Assisto a 3 ou 4 telejornais diferentes	20	25%
Não assisto a telejornais	9	11,3%

Fonte: Elaborada pelo autor.

No cenário nacional, a segunda questão do questionário comprova a tese da falta de variedade no telejornalismo. 37 voluntários dos 80 participantes afirmaram que consomem 2 telejornais, algo também justificado pela agenda e opinião pública muito presente no telejornalismo e jornalismo, o que comprova uma possível tendência de perda de protagonismo.

Tabela 3 - Motivos de consumo de telejornais

3. Escolha a opção que melhor completa a frase segundo a sua opinião. Você consumiria mais telejornais...		
ALTERNATIVAS	RESPOSTAS	%
“Se me identificasse mais com a temática das reportagens”.	13	12,5%
“Se me identificasse mais com as temáticas das reportagens e também com os repórteres e apresentadores”.	37	46,3%
“Se me identificasse com os repórteres e apresentadores, independentemente das temáticas das reportagens”.	10	16,5%
“Não seriam esses os motivos que me fariam consumir mais telejornais”.	20	25%

Fonte: Elaborada pelo autor.

A primeira questão sobre a temática de identificação, a questão 3 mostrou que a maioria do público (46%) consumiria mais telejornais se houvesse uma identificação com as temáticas, com repórteres, com a reportagem e com apresentadores. O que comprova a tese de que o negro não se vê enquanto protagonista nesse campo, principalmente pela ausência desses profissionais.

Tabela 4 - Processo de autoestima a partir do telejornalismo

4. A jornalista Maria Júlia Coutinho estreou na bancada do Jornal Nacional em fevereiro de 2018. Foi a primeira vez que uma jornalista negra apresentou o telejornal mais assistido do país. Na sua opinião, ter exemplos como o de Maju ajuda no processo de autoestima do povo negro?		
ALTERNATIVAS	RESPOSTAS	%
Concordo plenamente	68	85%
Concordo	12	15%
Nem concordo e nem discordo	0	0%
Discordo totalmente	0	0%

Fonte: Elaborada pelo autor.

A questão 4 comprovou que a presença de jornalistas negros contribui com a formação de autoestima, relacionada ao processo da representação, presente na autoaceitação e identificação. Cerca de 85% dos voluntários concordaram plenamente com a afirmação.

Tabela 5 - Comunicação igualitária racial

5. Na sua opinião, atualmente os telejornais trabalham com uma comunicação igualitária do ponto de vista racial, notável tanto em suas pautas e produtos quanto na presença de profissionais negros nas redações?		
ALTERNATIVAS	RESPOSTAS	%
Concordo totalmente	1	1%
Concordo	5	6,3%
Nem concordo e nem discordo	7	8,7%
Discordo	29	36,3%
Discordo totalmente	38	47,5%

Fonte: Elaborada pelo autor.

A quinta pergunta questiona os voluntários sobre a comunicação igualitária no telejornalismo nacional, sob a ótica racial. Nessa questão, notamos que quase metade dos voluntários (cerca de 47,5%) discordam que esses meios hoje atuam dessa forma, prova disso são as reportagens, pautas e a ausência de apresentadores(as) negros(as).

Tabela 6 - Presença de jornalistas negros para uma comunicação igualitária

6. A presença de jornalistas negros e negras como protagonistas no telejornalismo contribui para uma comunicação mais igualitária racialmente?		
ALTERNATIVAS	RESPOSTAS	%
Concordo totalmente	43	53,8%
Concordo	26	32,5%
Nem concordo e nem discordo	2	2,5%
Discordo	8	10%
Discordo totalmente	1	1,2%

Fonte: Elaborada pelo autor.

As respostas coletadas na pergunta 6 mostram dois aspectos importantes a serem citados, o rumo da comunicação igualitária no telejornalismo brasileiro. Cerca de 53,8% concordam que jornalistas negros são importantes nos telejornais para uma comunicação antirracista. Enquanto 10% discordam. O que se justifica pela representatividade, que pode ser definida pela ocupação de espaços, mas é necessária mais eficiência e de maneira coletiva.

Tabela 7 - O racismo estrutural no telejornalismo

7. O racismo estrutural está presente na sociedade e conseqüentemente nas grandes redações. Prova disso é a ausência quase por completa de protagonistas negros no jornalismo televisado. Sobre essas afirmações, você:
--

ALTERNATIVAS	RESPOSTAS	%
Concordo totalmente	67	83,8%
Concordo	11	13,8%
Nem concordo e nem discordo	2	2,5%
Discordo	0	0%
Discordo totalmente	0	0%

Fonte: Elaborada pelo autor

Ainda no estudo do racismo estrutural e seu conceito, a questão 7 mostrou que 83,8% dos voluntários concordam plenamente e 13,8% concordam com a presença do racismo estrutural nas grandes redações e que prova disso é ausência de jornalistas negros enquanto protagonistas.

Tabela 8 - A representação de jornalistas negros

8. Sobre a representação de jornalistas negros na TV aberta:		
ALTERNATIVAS	RESPOSTAS	%
São exemplos de identificação e representam o povo negro.	52	83,8%
São exemplos de identificação, porém não representam todo o povo negro.	25	31,3%
Não são exemplos de identificação, mas representam o povo negro.	2	2,5%
Não são exemplos de identificação e não representam o povo negro.	1	1,2%

Fonte: Elaborada pelo autor.

Cerca de 83,8% dos voluntários se sentem representados e houve identificação com jornalistas negros no telejornalismo nacional. Porém, 31,3% dos voluntários afirmaram que jornalistas negros são exemplos de identificação, mas não representam todo o povo negro. Com os dados dessa questão, podemos notar o fenômeno da representação por meio da interpretação de uma realidade cotidiana (SÊGA, 2000).

Tabela 9 - A identificação de jornalistas negros

9. A identidade é marcada por meio de símbolos, conforme defendido por Kathryn Woodward na obra Identidade e diferença, a perspectiva dos estudos culturais. Jornalistas negros e negras são exemplos de identificação para o povo negro?		
ALTERNATIVAS	RESPOSTAS	%
Concordo totalmente	45	56,3%
Concordo	40	40%
Nem concordo e nem discordo	3	3,7%
Discordo	0	0%

Discordo totalmente	0	0%
---------------------	---	----

Fonte: Elaborada pelo autor.

A penúltima questão mostrou que a maioria dos voluntários passou por um processo de identificação. 56,3% concordam totalmente que jornalistas negros são exemplos de identificação e 40% concordam.

Tabela 10 - Jornalistas negros, símbolos e representações

10. De acordo com a autora Kathryn Woodward, na mesma obra, a representação inclui práticas de significação por meio de símbolos. E é por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentidos à nossa experiência e àquilo que somos. Partindo dessas colocações, em relação à presença de apresentadores de telejornais negros e a formação da sua autoestima:		
ALTERNATIVAS	RESPOSTAS	%
“Acredito que os jornalistas negros no telejornalismo são símbolos de representação e ajudam na formação da minha autoestima”.	71	88,8%
“Acredito que os jornalistas negros no telejornalismo não são símbolos de representação, porém a presença deles ajuda na minha autoestima”.	5	6,3%
“Acredito que os jornalistas negros são símbolos de representação, porém a presença deles não ajuda na minha autoestima”.	3	3,7%

Fonte: Elaborada pelo autor.

Perto de 90% dos voluntários dessa pesquisa, 88,8%, concordam que jornalistas negros são exemplos de representatividade, além de fomentarem a autoestima do negro brasileiro. O alto índice confirma que é preciso ter esses elementos ocupando os espaços considerados de hegemonia por parte da branquitude, por meio de apresentadores negros, jornalistas negros, nos diferentes cargos dentro do telejornalismo, e principalmente propondo pautas que afetam esse público, não sendo apenas as questões raciais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa realizada em meados de 2020 mostrou que a televisão, assim como o telejornalismo, obteve prestígio com o passar dos anos e mostrou evolução tecnológica para se consolidar como veículo de comunicação mais consumido no Brasil. Porém, quando analisamos a sua estrutura no telejornalismo, como a sua rotina produtiva e a presença de pressão constante, notamos diferentes formas de opressão, como o racismo estrutural e institucional.

Por meio da pesquisa descritiva documental bibliográfica, foi possível notar que o telespectador enquanto negro não se vê representado por profissionais no telejornalismo e que pequenos representantes não são suficientes para representar um povo, uma raça, o negro brasileiro. São necessários pontos de inclusão de negros nos cargos de liderança, como jornalistas, editores, apresentadores, na tomada de decisão. Além do reconhecimento enquanto plataforma de hegemonia da branquitude e da formação de estereótipos negativos contra o corpo negro. É necessário avançar no debate já que o telespectador enquanto negro quer se ver representado e, acima de tudo, se identificar.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Silvio. **Racismo Estrutural**. Editora Pólen, São Paulo. 2019
- CANCIO, Marcelo. **Telejornalismo descoberto: a origem da notícia no jornalismo televisivo regional**. Editora UFMS, 2005
- GONZALEZ, Lélia e Carlos Hasembalg. **Lugar de negro**. Editora Marco Zero, Rio de Janeiro, 1982
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Ed. 11ª. Rio de Janeiro: DP & A EDITORA, 2011.
- HALL, Stuart. **Dá Diáspora, Identidades e Mediações Culturais**. Editora UFMG, 2003
- MATTOS, Sergio (ORGS). **60 anos de telejornalismo no Brasil: história, análise e crítica**. Editora Insular, 2010.
- MEDINA, Cremilda. **Profissão jornalista: responsabilidade social**. Editora Forense universitária, 1ª edição, 1982.
- MELLO, Jaciara Novaes. **Telejornalismo no Brasil, um perfil editorial**. Faculdade Santa Amélia SECAL. 2009
- MOREIRA, Adilson. **Racismo Recreativo**. Editora Pólen, São Paulo. 2019
- PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. Editora Contexto, 3ª edição, 2005
- RAUPP, Fabiano Maury; BEUREN, Ilse Maria. **Metodologia da Pesquisa Aplicável às Ciências. Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, p. 76-97, 2006.
- ROSA, Ana Beatriz. **Diferença de salários entre negros e brancos do Brasil é de 73,9%, aponta IBGE**. Portal HuffpostBrasil, novembro de 2019. Disponível em: https://www.huffpostbrasil.com/entry/racismobrasil_br_5dcc3441e4b0a794d1f95417?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer

[_sig=AQAAAEWzrupqTaCPUec0Are17Sxm2XrtKr_mKLbCc9S32rSupczltKXMLQ9OXTQEDebS83GPKOPVvXmS6wfSobAkMcMtFDZi6K38XDkdNMJw6IgfU2Cakn-7MPdWzV3_NCzVxUvM_Jj_0F1t1kwCspBZfA7enwetR2omwOvwDpGM](#). Acesso em 13 de julho de 2021

SÊGA Rafael Augustus. **O conceito de representação social nas obras de Denise Jodelet e Serge Moscovici. Anos 90.** 2000

SILVA, Tomaz Tadeu da Silva, Stuart Hall, Kathryn Woodward, **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais.** Editora Petrópolis, Rio de Janeiro. 2012

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil.** 4ª edição. Rio de Janeiro: Mauad .1999

TRAQUINA, Nelson. **Quem vigia o quarto poder?** Anais do IX Encontro Anual Da Compós, 2000

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo volume I, porque as notícias são como são.** Editora Insular, 2ª edição, 2005.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo volume II, a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional.** Editora Insular, 2ª edição, 2008.

WENECK, Jurema. **Racismo institucional, uma abordagem conceitual.** Editora Trama, São Paulo, 2013

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação.** Editora: Presença, LTDA, 3ª edição, 1994