

Mídia Negra: Uma Análise das Propostas Editoriais da Revista Afirmativa e da Agência de Jornalismo Alma Preta¹

Jonas PINHEIRO²

Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Cachoeira, BA

Resumo

Este artigo tem como proposta principal fazer uma análise dos editoriais da Revista Afirmativa e do portal de notícias Alma Preta, para compreender como estes veículos contribuem para a existência e a experiência de uma mídia negra no Brasil. No país, existe um histórico de Imprensa Negra motivada em seus “tempos” por diversos fatores, relacionados a determinados contextos históricos. Desta forma, esta análise tem por intuito entender o que motiva estes dois veículos, e apontar um horizonte teórico para compreender as características e o processo constitutivo da mídia negra.

Palavras-chave

Mídia Negra; Revista Afirmativa; Alma Preta; Representação

Introdução

Desde antes do que é considerado o surgimento oficial da Imprensa no Brasil (1808), estima-se que os afro-brasileiros já se utilizavam dessa ferramenta como instrumento de luta. A historiadora Ana Flávia Pinto (2006), defende que os manuscritos espalhados pela cidade de Salvador – BA, que deram origem a insurgência de base popular e negra conhecida como Revolta dos Búzios³, em 12 de agosto de 1798, seriam uma versão primária dos jornais murais, logo, um marco inicial da Imprensa Negra.

Ao longo da história do país, a imprensa negra aparece presente como importante fator de resistência do povo negro também em outros momentos, inclusive durante a luta pelo fim da escravização. Tendo em vista que o processo de Abolição, em 1888, não acabou com o racismo, nem tão pouco com as desigualdades entre negros e brancos, desde os folhetins da Revolta dos Búzios até o momento atual, aparecem

¹ Trabalho apresentado na DT 1 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 5 a 7 de julho de 2018.

² Mestrando do Programa de Pós Graduação em Comunicação – Mídia e Formatos Narrativos da UFRB-BA, e-mail: jonaspinheiro09@gmail.com.

³ Conjuração Baiana e Revolta dos Alfaiates são outras terminologias utilizadas por historiadores.

diversas publicações que se caracterizam, ou se identificam, como imprensa/mídia negra.

A Revista Afirmativa e a agência de notícias Alma Preta tem em comum nas suas propostas editoriais esta identificação com a mídia negra. A Afirmativa, veículo do qual faço parte, surge em 2014 na Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB), em Cachoeira-BA, a Alma Preta surge em 2015, na Universidade Estadual Paulista (UNESP) em Bauru - SP. Fato importante a ser considerado é o contexto de explosão de novos meios de informação e de expansão das políticas afirmativas no ensino superior brasileiro, que possibilitaram a formação de mais jornalistas negros. Estes são fatores determinantes para o surgimento dos veículos. As propostas deixam claro sua missão de enfrentamento ao racismo e de contraposição aos veículos de imprensa tradicional.

Alguns questionamentos acerca do tema são importantes. O que afinal, caracterizaria a mídia negra? Qual o espaço ocupa, e em que se diferencia da mídia convencional? Quais os processos que justificam e constituem a mídia negra atualmente? Estas são algumas questões que o presente artigo busca levantar, tendo como objetivo propor caminhos para pensar um horizonte teórico dentro da comunicação no que diz respeito a mídia negra.

Um Breve Histórico da Imprensa Negra

O primeiro jornal da imprensa negra no Brasil surge em 14 de Setembro 1833, na Tipografia Fluminense do jornalista Francisco Paula de Brito, Rio de Janeiro, capital do Império na época. O periódico durou cinco edições e circulou entre setembro e novembro do mesmo ano. Intitulado inicialmente como o “*Homem de Côr*”, a partir de sua terceira edição passou a ser chamado “*O Mulato ou o Homem de Côr*”. Importante salientar que não eram os escravizados, em sua maioria não alfabetizados, que redigiam os textos, mas sim os negros libertos. “A virada do século XVIII para o XIX assistiu, dessa feita, a novas estratégias forjadas por pessoas negras no intuito de se esquivarem dos tentáculos da ordem escravista” (PINTO, 2006, p.19). No entanto, bem antes disso, e até mesmo do considerado ano do surgimento da Imprensa no Brasil (1808), em Salvador (1798), pessoas negras utilizaram como catalisador para a Revolta dos Búzios,

boletins manuscritos colados em locais estratégicos da cidade, “uma versão primária do contemporâneo jornal mural” (PINTO, 2006).

Outras publicações do período que merecem destaque são: *O Bahiano- pela constituição e pela lei*, (1828) na Bahia; *Brasileiro Pardo*; *O Cabrito*; *O crioulinho* mais ou menos da mesma época no Rio de Janeiro. Na segunda metade deste mesmo século é possível encontrar: *O Homem- realidade constitucional ou dissolução social – (1876 – Recife)*; em São Paulo: *A Pátria – orgam dos homens de côr* (1889) e *O Progresso – orgam dos homens de côr* (1899) e em Porto Alegre *O Exemplo*, de 1892 (PINTO, 2006).

Durante o início do século XX, há um crescente número de jornais em São Paulo. No período pós-abolição, houve maior politização dos negros e o surgimento das chamadas Associações dos Homens de Cor. Seguindo os moldes dos clubes de imigrantes, as associações faziam circular seus próprios jornais para informar acerca de suas atividades. Apesar de nascerem com este intuito, constantemente denunciavam as condições em que se encontravam as pessoas negras, além de se envolverem diretamente com a política (PIRES, 2006).

Estes jornais “circulavam em média por um ano, e as publicações não superavam três ou quatro edições” (LIMA JÚNIOR, 2009), sendo assim é normal observar a descontinuidade e desaparecimento destes jornais ao longo da história⁴. Para Pires (2006), isso acontecia devido ao fato de que a maioria dos jornalistas negros da época, não tinham nos jornais sua principal profissão, além das dificuldades de se manter um periódico naquele tempo.

A década de 1960 é um período difícil para a imprensa negra. Os anos de Ditadura Militar e repressão influenciam nas publicações da imprensa negra, que sobrevive apenas através de pequenas publicações. O cenário continua na década de 1980.

A atmosfera social e política resultante dos anos pós 1964 influi diretamente nos acontecimentos após 1980, onde a imprensa negra subiste de pequenos jornais que refletem em linha geral as posições ideológicas do Movimento Negro Unificado em seus alvos principais, a desconstrução do mito *da democracia racial* e a busca de alternativas para a montagem de estratégias anti-racistas. (LIMA JÚNIOR, 2009, p.19)

⁴ Em sua dissertação (LIMA JÚNIOR, 2009, p.18) traz um quadro com lista de jornais da imprensa negra (de 1916 a 1963) e o período de circulação.

É importante salientar que durante a história, importantes jornalistas negros como Luiz Gama e Machado de Assis escreviam para jornais que não tinha qualquer ligação com a chamada imprensa negra. Nem tão pouco a imprensa abolicionista da década de 1880 “estava necessariamente alinhada” com os jornais da imprensa negra. O que então, do ponto de vista historiográfico, é categorizado como imprensa negra? Ana Flávia Pinto (2006, p.28) defende que:

A par das questões que definem a chamada imprensa negra brasileira, no que concerne a seu conteúdo e sua linha de atuação, pode-se, então, dizer que essa corresponde aos jornais que se inserem na luta contra a discriminação racial no Brasil.

A imprensa negra para autora é, portanto, a prática jornalística feita por pessoas negras que buscam “controlar os códigos da dominação e subvertê-los” para enfrentar o racismo.

Alma Preta e Revista Afirmativa

A Revista Afirmativa e a agência de notícias Alma Preta são dois veículos que se autoidentificam como mídia negra e são produzidos por jovens negras e negros, dos estados da Bahia e de São Paulo. Em comum, os dois veículos surgem em universidades públicas brasileiras e são criados por estudantes. Os integrantes não se sentem representados nos meios de comunicação convencional e trazem como objetivo a missão de fazer um jornalismo com uma abordagem que não é encontrada nos meios hegemônicos. Para entender esse “movimento”, é importante conhecer como eles buscam atingir seus objetivos. Isto é o ponto chave para compreender o que de fato pode ser entendido como mídia negra, e as problemáticas acerca de sua conceptualização, como por exemplo, o que diferencia esta das demais práticas jornalísticas. Para isto, este artigo se debruça sobre as propostas editoriais da Afirmativa e do portal de notícias Alma Preta.

A Afirmativa surgiu em janeiro de 2014 no Centro de Artes Humanidades e Letras da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, na cidade de Cachoeira (BA). A revista foi criada por estudantes do curso de Comunicação Social que se organizaram através de um coletivo. Em 19 de março do mesmo ano lançaram a primeira edição da revista e o seu portal na internet, com apoio da Pró-Reitoria de Políticas Afirmativas e Assuntos Estudantis (PROPAAE-UFRB), a Coordenadoria de Políticas Afirmativas

(CPAUFBR), Secretaria de Promoção da Igualdade Racial do Estado da Bahia (SEPROMI), Colegiado do Curso de Comunicação Social, Jornalismo-UFRB e o Núcleo Akofena - Núcleo de Negras e Negros Estudantes da UFRB.

A edição de lançamento foi um apanhado histórico da luta por ações afirmativas no Brasil. Na segunda edição da revista, momento em que passo a integrar a equipe, lançada em 04 de novembro de 2014, foram abordados temas como intolerância religiosa, racismo ambiental, direito a terra, estética negra, mitos científicos sobre o corpo negro, entre outros, com apoio novamente da PROPAAE-UFRB. Desde então a revista tem funcionado na internet e se movimentado pelas redes sociais. A terceira edição da revista está prevista para ser lançada em 2018, e conta com o apoio do Fundo Brasil de Direitos Humanos. A página da revista no facebook possui mais de 18 mil seguidores. A equipe atualmente é formada, além de mim, por três jornalistas negras: Alane Reis, Morgana Damásio e Naiara Leite.

A agência de notícias Alma Preta surgiu, e tem sede, em Bauru – SP, no ano de 2015 através do Coletivo Negro Kimpa, da Universidade Estadual Paulista (UNESP), e é formada atualmente por quatro jovens jornalistas negras e negros: Pedro Borges, Solon Neto, Iacy Correia e Vinicius Almeida. O site surge totalmente independente sem apoio institucional da universidade, e seu nome deriva das discussões sobre branquitude que aconteciam no coletivo, onde os integrantes esbarraram na ideia de “preto de alma branca”, por isso então, Alma Preta. A atuação da agência acontece apenas em meios digitais e além de funcionar como portal de notícias oferece assessoria de comunicação, design e programação. Em sua página no facebook há mais de 33 mil seguidores. No seu site define-se como uma “agência de jornalismo especializado na temática racial do Brasil”.

Análise dos editoriais

O portal de notícias Alma Preta atua exclusivamente na internet, apesar de oferecer outros serviços. Para este artigo foi analisada a seção intitulada “Sobre”⁵. No que concerne a jornalismo, o site se divide em quatro editoriais. Já aí há um diferencial em relação a outros sites convencionais. As editoriais são: Realidade, Da Ponte Pra Cá, Mama África e O Quilombo. Em *Realidade*, o veículo se propõe a discutir racismo na

⁵ Disponível em: www.almapreta.com/sobre

política, economia, cultura e esporte. Em *Da Ponte pra cá*, as notícias são relacionadas à visão da periferia em pontos centrais, como encarceramento em massa e genocídio da população negra. *Mama África* é a área reservada a notícias sobre o continente africano. Por fim a editoria *Quilombo* destina-se a textos de opinião e aos colaboradores. É clara a distinção das editorias de outros sites convencionais (política, cultura, saúde), ao contrário destes, o Alma Preta tem a editoria “*Realidade*”, onde se propõe a noticiar todas estas temáticas sob a ótica racial. Por outro lado, no entanto, quem não está familiarizado com o site tem dificuldade de entender do que trata cada editoria.

Em relação ao conteúdo o Alma Preta se propõe a produzir reportagens, coberturas, colunas, análises, produções audiovisuais, ilustrações e divulgação de eventos da comunidade afro-brasileira. O meio acredita em um novo modelo de gestão, diferente do da comunicação hegemônica. Ainda no editorial, a proposta de assinatura aparece como proposta de financiamento da iniciativa pelos leitores. Importante salientar aqui as estratégias de monetização que o site possui. Há uma loja virtual, onde são vendidos alguns produtos como camisas e a opção de assinatura de conteúdos exclusivos. Além disso, existe ainda uma opção para compra de anúncios. É um modelo de autogestão financeira.

Ao justificar a existência, o Alma Preta utiliza a constatação do Brasil como um país racista, o que se reflete nas produções de comunicação que negam as tensões entre os grupos étnicos. A falta de representatividade e crítica à abordagem da “mídia tradicional” no Brasil é outro fato citado. Este processo de pouca diversidade étnica no jornalismo brasileiro fortalece a criação de estereótipos nos veículos de comunicação, e prejudica a constituição da identidade negra.

Existe ainda no texto uma contextualização histórica sobre a escravatura e todo processo de embranquecimento da população brasileira, reafirmando a necessidade de autoafirmação dos afro-brasileiros. O termo “imprensa negra” aparece três vezes no editorial. “O Alma Preta não está sozinho. Construiremos uma rede de colaboradores em contato com outros veículos de imprensa negra e de mídia independente do século XXI”. Em outros trechos é reafirmada a ideia do veículo como uma imprensa negra e livre, comprometida em expor a contradição da narrativa do cotidiano “impregnada de um discurso que exclui ou deturpa a identidade do negro”. Isso demonstra o diálogo que há com o histórico de produção do “jornalismo negro”, bem como evidencia a

consciência do que norteia a produção do veículo. De acordo com o Alma Preta, a imprensa negra é “a irradiante aurora e efeito colateral do sistema brasileiro”.

A Revista Afirmativa possui duas edições impressas e a proposta de funcionar na plataforma virtual em conjunto com o impresso. Além disso, o site da revista passou por uma reformulação, de forma que há dois editoriais impressos e dois em plataformas digitais. Foram analisados, então, os quatro textos para entender a proposta do veículo. Como estou inserido neste objeto de pesquisa e faço parte da construção de pelo menos três destas propostas editoriais, a análise perpassa pela minha inserção na pesquisa, trazendo impressões particulares desta construção. Um dos princípios norteadores da Afirmativa é a crença de que não existe neutralidade, algo que é deixado claro numa frase que acompanha o veículo desde seu surgimento e virou uma marca da revista. “Somos nós, falando de nós, para todo mundo”. Distante da ideia de neutralidade, a Afirmativa se apresenta como uma mídia que tem cor. O termo mídia negra, porém, só é utilizada no último editorial após a reformulação do site.

No texto da primeira edição da revista, março de 2014, a política de cotas é o tema central. Já nesta edição a identificação e a proximidade com o leitor é deixado clara. Em dado trecho é dito: “Muitas pessoas deram a vida para que você, eu e toda equipe técnica dessa revista pudesse ao fim do curso ver ‘mainha’ chorando segurando um canudo que ela nunca pensou em segurar”. O público da revista é encarado então como:

(...) um semelhante que, possivelmente, vive na mesma cidade ou numa mesma situação cultural que esse leitor. Tal perspectiva contribui para a construção de um sentido de partilha e comunidade – pois o leitor se reconhece naquele problema (não na forma espetacular e “engessada” pela narrativa, mas pela posição sociocultural que ambos partilham) (CARDOSO FILHO et. al., 2016, p.77).

Na segunda edição a Afirmativa se propõe a “extravasar” os muros da universidade. O tema da reportagem principal é racismo religioso. As pautas vão além das políticas afirmativas que moldaram a primeira revista. Novamente o slogan “somos nós, falando de nós, para todo mundo” aparece. Há uma descrição tema por tema das pautas. Este editorial não traz nada de novo na concepção de mídia, pelo contrário, segue um formato padrão de outros editoriais de revistas tradicionais, porém com uma vertente de enfrentamento ao racismo como posição política que é característica da revista.

No primeiro site da Afirmativa⁶ o texto editorial está na seção “Quem Somos”. Nele há uma crítica à falsa imparcialidade da “grande mídia”, como é chamada pela equipe os meios de comunicação hegemônicos. Pela primeira vez, aparece o termo imprensa negra, e há referências aos principais jornais que são categorizados como tal. De acordo com o texto a Afirmativa “se debruça na produção de um jornalismo de qualidade, popular, diverso e humanizado, que renega o apelo sensacionalista e estereotipado de representação das camadas populares”. Para isso o veículo renega as chamadas receitas convencionais, algo que o Alma Preta também traz em sua proposta. Aponta-se aí uma contraposição a imprensa convencional. “Experimentamos linguagens e enquadramentos novos. Apuração e aprofundamento da notícia é premissa do nosso trabalho. Derrubamos o muro: todo texto jornalístico é carregado de intenções políticas. A negação deste fato também é político”. Talvez esteja neste trecho o maior diferencial da proposta em relação aos meios de comunicação hegemônicos. A declaração, carregada de sinceridade e autoafirmação, da sua proposta política, se contrapõe a convencional “imparcialidade” e “neutralidade” que outros veículos dizem buscar através da “técnica” jornalística. Por outro lado, no que concerne a apuração e aprofundamento, repete-se a receita convencional, tendo em vista que estas duas são duas premissas (ou deveriam ser) do jornalismo.

Em 2018 o endereço virtual da Afirmativa passa por uma reformulação, bem como seu editorial⁷. No novo texto a definição da revista passa a ser: “um veículo de mídia negra, impresso e online, com linha editorial voltada para a comunidade negra baiana e brasileira, e aos leitores de outras identidades étnico raciais com interesse em pautas relacionadas aos direitos humanos”. Pela primeira vez a Afirmativa se autodenomina mídia negra. Novamente há uma crítica a dita imparcialidade da mídia hegemônica. Fala-se em experimentação de linguagens e enquadramentos, um ponto chave para se diferenciar de outros formatos de mídia. A revista, nesta reformulação, se torna um dos produtos do coletivo “de mídia negra Afirmativa”. Esta formação em coletivo, presente também no Alma Preta, é ponto chave nos veículos, pois pressupõe uma ideia de horizontalização na produção, em contrapartida da verticalização nas redações dos meios de comunicação convencional.

⁶ Disponível em: <http://revistaafirmativa.wixsite.com/afirmativa>

⁷ Site em construção: www.revistaafirmativa.com.br

Outros novos elementos são trazidos sob esta perspectiva. A busca pelo direito à comunicação das populações negras é um dos objetivos do coletivo. Para a Revista “as empresas e oligopólios da grande mídia” são responsáveis pela criação e reprodução de estereótipos racistas na sociedade brasileira. Desta forma, o veículo apresenta como missão, a construção de um novo imaginário para o povo negro na sociedade brasileira. Uma sutileza que diz muito sobre o discurso da revista é a troca dos artigos de gênero “a” e “o”, pelo “x”, uma linguagem “não binária” ou “neutra” criada por militantes feministas e LGBTs⁸. Isto demonstra uma opção política referente a inclusão dos corpos dissidentes.

Apontamentos Teóricos Sobre a Mídia Negra

Alguns aspectos acerca da análise dos editoriais do Alma Preta e da Revista Afirmativa devem ser notados. Um ponto chave para entender o processo de constituição destes meios enquanto mídia negra é o que os cerca, e o que os motiva enquanto estratégia de luta. Ao longo da história, os jornais da Imprensa Negra sempre estiveram relacionados à resistência do povo negro, motivados por contextos históricos e sociais vivenciados nos seus respectivos períodos. Qual então o contexto de emergência da Afirmativa e do Alma Preta? Um aspecto presente nas duas propostas é a insatisfação com o que os meios de comunicação convencional produzem. A mídia hegemônica é classificada de várias formas e considerada racista por ambos. Portanto, uma das motivações, talvez a principal dela, é que estes meios de comunicação não produzem algo que contemple as populações negras.

Para Raymond Williams (1979) a hegemonia é um processo cultural em essência, não totalizante, nem tampouco reducionista. O autor se utiliza do marxismo gramsciano para construir um conceito que vai além do de ideologia. Desta forma, hegemonia para Williams:

É um sistema vivido de significados e valores – constitutivo e constituidor – que, ao serem experimentados como práticas parecem confirmar-se reciprocamente. Constitui assim um senso da realidade para a maioria das pessoas na sociedade, um senso de realidade absoluta, porque experimentada, e além da qual é muito difícil para a maioria dos membros da sociedade movimentar-se, na maioria das

⁸ Há uma série de discussões acerca da língua do “x”, uma delas é a dificuldade de pessoas com deficiência visual que usam softwares de leitura e que não conseguem identificar estes nomes quando vem com “x” ao invés de “a” ou “o”.

áreas de sua vida. Em outras palavras, é no sentido mais forte uma “cultura”, mas uma cultura que tem também de ser considerada como o domínio e subordinação vividos de determinadas classes (1979, p. 113).

Por considerar a hegemonia como um conjunto de práticas culturais, Williams nos sugere o termo hegemônico e dominante, ao invés de hegemonia e dominação. Nada está disposto naturalmente, tudo é construído culturalmente e é fruto de processos extremamente complexos. Ao se debruçar sobre as microfísicas do poder, Foucault (1988) vai além do que considera suas formas terminais. Para ele o poder está em todas as partes, e essa onipresença ocorre não porque ele compreende tudo, mas sim porque emana de tudo, de diversos pontos e não apenas de um único, ou melhor, “em toda relação entre um ponto e outro” (*Ibid*, p.89). Logo, faz parte do processo de construção do hegemônico o que se contrapõe a esta expressão terminal de poder, uma espécie de hegemonia alternativa, ou contra-hegemonia.

Também sofre uma resistência continuada, alterada, desafiada por pressões que não são as suas próprias pressões. Temos então de acrescentar ao conceito de hegemonia o conceito de contra-hegemonia e hegemonia alternativa, que são elementos reais e persistentes da prática. (...) A qualquer momento, formas de política e cultura alternativas, ou diretamente opostas, existem como elementos significativos na sociedade (WILLIAMS, 1979, p. 115-116).

Este é o processo que dá origem a mídia negra. O Alma Preta e a Afirmativa se apresentam como uma alternativa contra-hegemônica de uma mídia racista e pouco representativa. O perigo disto, porém, é uma compreensão um tanto superficial de que estes veículos são compreendidos pelo hegemônico e, nesta relação, se tornem parte do processo, mesmo propondo o contrário. Sobre isto, Williams diz que por mais que em certa medida as contra-hegemonias e as hegemonias alternativas façam parte da hegemonia, isto não impede que existam de fato iniciativas sim alternativas, independentes e originais. Neste caso a hegemonia trabalharia de forma que sua “função hegemônica decisiva é controlá-las, transformá-las ou mesmo incorporá-las” (WILLIAMS, 1979, p.116).

Este movimento da mídia convencional em incorporar “as pautas da mídia negra” nunca esteve em tanta evidência. Nunca se falou tanto em minorias e representação como tem se falado atualmente nos meios de comunicação hegemônicos. É uma estratégia que visa à apropriação e “desativação” o contra-hegemônico. Não obstante, se observamos o contexto de criação do Alma Preta e da Afirmativa vamos

observar um movimento contrário, onde dois veículos contra-hegemônicos surgidos em universidades públicas, logo um espaço institucional, se utilizam de uma instância hegemônica para subverter as próprias “regras do jogo”. Ao modificar a forma de organização, propor novos enquadramentos e gestão, é isso que a mídia negra se propõe fazer, subverter as “técnicas” e padrões do jornalismo presentes dentro do curso superior.

A tradição é na prática a expressão mais evidente das pressões e limites dominantes e hegemônicos. O que a tradição nos oferece é uma continuidade predisposta. São nos pontos de conexão vital (com o passado) de acordo com Williams que estão a força e vulnerabilidade das tradições. “Vulnerável porque o registro real é efetivamente recuperável, e muitas das continuidades práticas, alternativas ou opostas, ainda são possíveis” (WILLIAMS, 1979, p. 120). É o que existe de diálogo entre a mídia negra de hoje e a Imprensa Negra dos séculos XVIII, XIX e XX, lógico que cada um carrega os valores sociais e culturais de seus respectivos tempos. Portanto, o contexto que a mídia negra vivencia hoje é extremamente diferente do da Imprensa Negra do século XIX, por exemplo. Vivemos um novo modelo, que nos põe diante de uma “fusão de cérebro informação que substitui a tradicional relação do corpo com a máquina” (MARTÍN-BARBERO, 2006, p.57).

Se por um lado os novos meios, alavancados pela internet, possibilitam que veículos como a *Afirmativa* e o *Alma Preta* possam existir e disputar a audiência com meios de comunicação tradicionais, por outro, esta nova tecnologia parece demonstrar a cada dia mais que tende a fortalecer o neoliberalismo e o capital empresarial. Até então “não há qualquer evidência sustentável de que os meios de comunicação de massa possam perder o seu lugar de controle da esfera de visibilidade pública. A internet, nesse caso, não lhes representou uma ameaça, mas uma oportunidade (...)” (GOMES, 2005, p. 72). Algo que é exemplificado pela rede social (e empresa) Facebook e os escândalos de vazamentos de dados para campanhas políticas, como aconteceu nas últimas eleições estadunidenses.

Representação e dimensão subjetiva do sujeito

Observando atentamente este contexto de complexidades, entender o espaço que veículos como a *Revista Afirmativa* e o *Alma Preta* ocupam se faz necessário. Homi

Bhabha (1998) em *O Local da Cultura* vai propor o conceito de entre-lugar. Ao discutir a noção ocidental de nação e como essa se constrói, o autor questiona a metáfora que a permeia: “todos como um”. Para ele, essa ideia horizontal e homogênea de um povo exclui um fator importante na constituição social, que é a riqueza presente na diferença cultural. Isso criaria um espaço limiar de significação, que é marcado internamente por uma disputa tendo como centro as minorias que não se enquadram na construção narrativa da nação. Onde estariam estes dissidentes que não compõem a narrativa da nação?

O discurso da minoria situa o ato de emergência no entre-lugar antagonístico entre a imagem e o signo, o cumulativo e o adjunto, a presença e a substituição [*proxy*]. Ele contesta genealogias de origem que levam a reivindicações de supremacia cultural e prioridade histórica. (BHABHA, 1998, p. 221-222)

É neste espaço onde nascem as contra-narrativas da nação “que continuamente evocam e rasuram suas fronteiras totalizadoras – tanto reais quanto conceituais – perturbam aquelas manobras ideológicas através das quais ‘comunidades imaginadas’ recebem identidades essencialistas” (*Ibid*, p. 211). Aplicando isto ao Brasil podemos exemplificar com a construção do mito da democracia racial, concepção que ignora as tensões étnico-raciais que a Afirmativa e o Alma Preta buscam evidenciar com seu trabalho. As minorias, para Bhabha, seriam suplementos, não no sentido de se somar a uma ideia puramente pedagógica de nação e sua metáfora, mas sim, no sentido de reformular a conta, reformular a narrativa nacional e pensar a nação a partir desta minoria. São nas diferenças culturais d’onde emergem as mais ricas produções. E isso perpassa pela ideia de representação, ou não se sentir representado, neste caso.

Stuart Hall (2016) ao discutir representação, traz as concepções de Foucault sobre discurso e poder. Para Hall, o teórico francês, em contraste com a dialética marxista e a semiótica, traz uma abordagem construtivista e historicizante do conceito. Na semiótica o sujeito parece ter sido excluído do processo, algo que em Foucault, por mais que atravessado pelo discurso, não acontece. “Mesmo que a linguagem, de algum jeito, ‘fale sobre nós’ (como Saussure tendia a argumentar), também é importante notar que em certos momentos históricos algumas pessoas têm mais poder para falar sobre determinados assuntos do que outras (...)” (HALL, 2006, p.78). Se pensarmos que, uma das justificativas para a existência da mídia negra é justamente o não se sentir

representado na mídia hegemônica, isto faz todo o sentido. Logo, o que os veículos buscam é ter esse poder de fala que é negado nos outros meios de comunicação.

O grande mérito de Foucault, na visão de Stuart Hall, é justamente pensar representação de acordo com os contextos a que estão atrelados o discurso e o poder. Nada ganha significado sozinho, tudo faz parte das formações discursivas, mesmo o que parece estar externo ao discurso só ganha sentido através dele. Não existe, portanto, sentido ou verdade fixa e absoluta.

(...) a análise do discurso, assim entendida, não desvenda a universalidade de um sentido; ela mostra a luz do dia o jogo da rarefação imposta, com um poder fundamental de afirmação. Rarefação e afirmação, rarefação, enfim, da afirmação e não generosidade contínua do sentido, e não monarquia do significante. (FOUCAULT, 1999, p.70).

Para entender o conceito de representação é necessário então, compreender que ela está diretamente atrelada aos contextos culturais, sociais e históricos de determinada sociedade. “Trata-se do processo pelo qual membros de uma cultura usam a linguagem (amplamente definida como qualquer sistema que emprega signos, qualquer sistema significante) para produzir sentido” (HALL, 2016, p.108). O sujeito neste processo tem papel central. “Nós tomamos as posições indicadas pelo discurso, nos identificamos com elas, sujeitamos nós mesmos aos seus sentidos e nos tornamos ‘sujeitos’” (*Ibid*, 2016, p.100). Um importante processo ao se pensar a mídia negra é esta identificação com o discurso proferido pelos veículos. Os aqui analisados, *Alma Preta* e *Afirmativa*, são extremamente claros sobre suas construções de sentido, e veem a sua recepção, seu leitor, como igual. Neste aspecto, fica evidente às construções de determinados códigos culturais.

Judith Butler (2015) ao dissertar sobre o relato de si mesmo, bebendo também em Foucault, nos traz a importância de constituição subjetiva do sujeito no ato da ‘confissão’. É a forma pela qual o si mesmo se constitui socialmente, o exame de si, é o exercício de tornar isto público. Para ela, quando se cria um relato sobre si, há a construção do próprio “eu”. Um movimento que a autora chama de ex-tático. Quando confesso, estou também, me constituindo, desapoiso-me de mim, e me constituo como sujeito ao mesmo tempo. No slogan da *Afirmativa*, “Somos nós, falando de nós, para todo mundo”, o que temos é esta construção de si, que perpassa pela dimensão externa. O ato de falar de si para o mundo é aqui uma construção de sentido, numa perspectiva de força cultural. É preciso antes, porém, entender de acordo com Butler, como somos

formados na vida social, e a que custo. Não se trata de sujeitos dados, somos sujeitos sociais, históricos e, mais que tudo, culturais.

Considerações Finais

Neste artigo foram expostos alguns apontamentos acerca da mídia negra e possíveis caminhos teóricos a se trilhar para compreender a constituição deste processo. Passando pelo histórico da Imprensa Negra, que se confunde com a história da própria Imprensa no Brasil, e chegando às análises dos editoriais dos veículos Alma Preta e Afirmativa, uma das problemáticas acerca do assunto é: o que de fato faz da mídia negra, mídia negra? Acerca disto, uma série de particularidades e singularidades foram diagnosticadas na análise empírica. Merece destaque o modelo de gestão diferenciado do jornalismo tradicional e a rejeição a neutralidade jornalística. Este aspecto talvez seja o principal diferencial deste jornalismo que pinta a neutralidade de preto. A insatisfação com o jornalismo hegemônico, entendido como racista entre diversos outros adjetivos, é outro ponto em comum e que justifica o trabalho dos dois veículos aqui analisados. Sobre isto, é claro que o processo é muito mais complexo do que hegemonia, e contra-hegemonia. A mídia negra parece se situar como uma alternativa ao hegemônico, se utilizando, em certa medida, do aparato que instituições tradicionalmente hegemônicas dispõem, para assim atingir seus objetivos. Em contrapartida, há um movimento para que a crítica aos principais meios de comunicação pareça infundada, quando é observado que a temática racial ganha cada vez mais espaço em meios tradicionais. Porém, mais importante do que identificar estes novos espaços, é pensar por que ele tem sido cedido. Acreditar na benevolência das empresas e oligopólios de comunicação não me parece a opção mais plausível.

Por fim, a relação com o público talvez seja o maior ganho dos veículos aqui analisados. O que eles se propõem a fazer é a construção de um sistema de representação para “iguais” que sofrem diariamente com o racismo. Para isso, se debruçam na produção de novos sentidos utilizando códigos culturais já conhecidos, e implodindo um imaginário construído sobre determinada cultura. O que a mídia negra faz é ressignificar o processo comunicativo como estratégia de combate e enfrentamento ao racismo, subvertendo, na prática, as convenções técnicas do que deve, ou não, ser

feito no jornalismo. Isso, me parece, é uma proposta de construção cultural distinta do que temos até aqui.

Referências bibliográficas

BHABHA, Homi. **O local da Cultura**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 1998. Capi. VIII – Disseminação – O tempo, a narrativa e as margens da nação moderna.

BUTLER, Judith. **Relatar a si mesmo**. Tradução Rogério Bettoni. Belo Horizonte: Autêntica, 2015, pp. 143-172

CARDOSO FILHO, Jorge; MAIA, Jussara; MATOS, Daniela Abreu; NOVA, Luiz. Henrique Sá da. Revista Afirmativa: uma experiência nos campos de jornalismo, cidadania e políticas afirmativas. **ANIMUS: Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, Santa Maria, v.15, n.29, p.69-86, 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/17989>. Acesso em: 21 de jun. de 2017.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. Tradução: Laura Fraga de Almeida Sampaio, São Paulo. 5ª ed. Edições Loyola, 1999.

_____, Michel. **História da Sexualidade I: vontade de saber**. Rio de Janeiro, Editora Graal, 1988. Cap. método. p. 88-97.

GOMES, Wilson. Internet e participação política em sociedades democráticas. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, nº 27, p. 58 -78, ago. 2005. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3323/2581>. Acesso em: 21 de jun. de 2017.

HALL, Stuart. **Cultura e Representação**. Tradução: Daniel Miranda e Wiliam Oliveira. Rio de Janeiro: Apicuri, 2016. Discurso, poder e o sujeito. p. 76-113.

LIMA JUNIOR, Ariovaldo. **Jornal Ìrohìn** - estudo de caso sobre a relevância educativa do papel da imprensa negra no combate ao racismo (1996-2006). 123f. São Paulo: USP, 2009. Dissertação (Mestrado em Educação), Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, 2009.

MARTÍN-BARBERO, J. *Tecnicidades, identidades, alteridade: mudanças e opacidades da comunicação no novo século*. In: MORAES, D. (Org.). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad. 2006. p. 51-79.

PINTO, Ana Flávia Magalhães. **De pele escura à tinta preta** - a imprensa negra no século XIX (1833-1899). 197 f. Brasília: UNB, 2006. Dissertação (Mestrado em História), Instituto de Ciências Humanas, Universidade de Brasília, 2006.

PIRES, A. L. C. S. . **As Associações de Homens de Cor e a Imprensa Negra Paulista**. 1. ed. Belo Horizonte: Daliana - MEC/SESU/Secad- Neab-UFT, 2006. v. 1000. 150p.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e literatura**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979. Parte II – Teoria Cultural. p. 77 -142.