

A Inserção do Negro no Jornalismo: uma forma de combater o racismo?¹

Miliane MARTINS²
Faculdades SECAL

RESUMO: O presente artigo busca discutir acerca da inserção da população negra e parda na atividade jornalística como uma forma de combater o racismo e a desigualdade racial. Ainda busca elucidar se uma maior participação dessa parcela da sociedade facilitaria a mudança de um discurso excludente, típico da mídia hegemônica. Além de discorrer sobre a cultura da alteridade, o racismo camuflado, a população negra como minoria social e ainda a inabilidade da população branca em compreender o que é o racismo.

PALAVRAS-CHAVE: negros, racismo, desigualdade, alteridade.

Introdução

Muito se sabe sobre a trajetória da população afrodescendente no país e no mundo, foram retirados de seus territórios e escravizados em diversas culturas. Estima-se que navios com bandeiras portuguesas/brasileiras transportaram até 5,8 milhões de escravos. Em 1887, um ano antes da abolição, eram 723.419 o número de negros escravizados no Brasil.

Essa vinda do negro, tanto para o país quanto para as Américas como escravos tem muito a ver com a sua condição física, com o modo de vida que levava em sua terra natal. (OLIVEIRA, 2002) Fato que contribuiu para uma visão do negro como forte, porém inferior no imaginário social brasileiro.

Com a abolição da escravatura, toda essa população se vê marginalizada e sem capacidade para competir com os trabalhadores imigrantes, principalmente vindos da Europa, perdendo espaço, tornam-se desnecessários a partir da implementação de economia capitalista, com trabalhadores assalariados.

[...]os ex-escravos tiveram grandes dificuldades para se incorporarem ao trabalho livre; muitos deles continuaram com seus antigos senhores; outros iniciaram longa peregrinação em busca de uma nova vida. Estavam, contudo, impossibilitados de buscar outras atividades, pois não foram criadas estruturas alternativas que lhes pudessem garantir

¹ Trabalho apresentado no XVII Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sul – Curitiba - PR – 26 a 28/05/2016.

² Estudante de Graduação. 5º Período do Curso de Jornalismo das Faculdades SECAL. Email: miliane-martins@live.com

melhores condições de sobrevivência. (REZENDE e DIDIER, 1998, p. 202)

Nessa perspectiva, a população negra sofre com a desigualdade desde sua inserção em território brasileiro, carregando a característica de uma minoria social. “[...] independente da quantidade, têm pouca representação social, econômica (inserção no mercado de trabalho, ocupação de cargos de poder e outros) e política.” (FERREIRA, 2006).

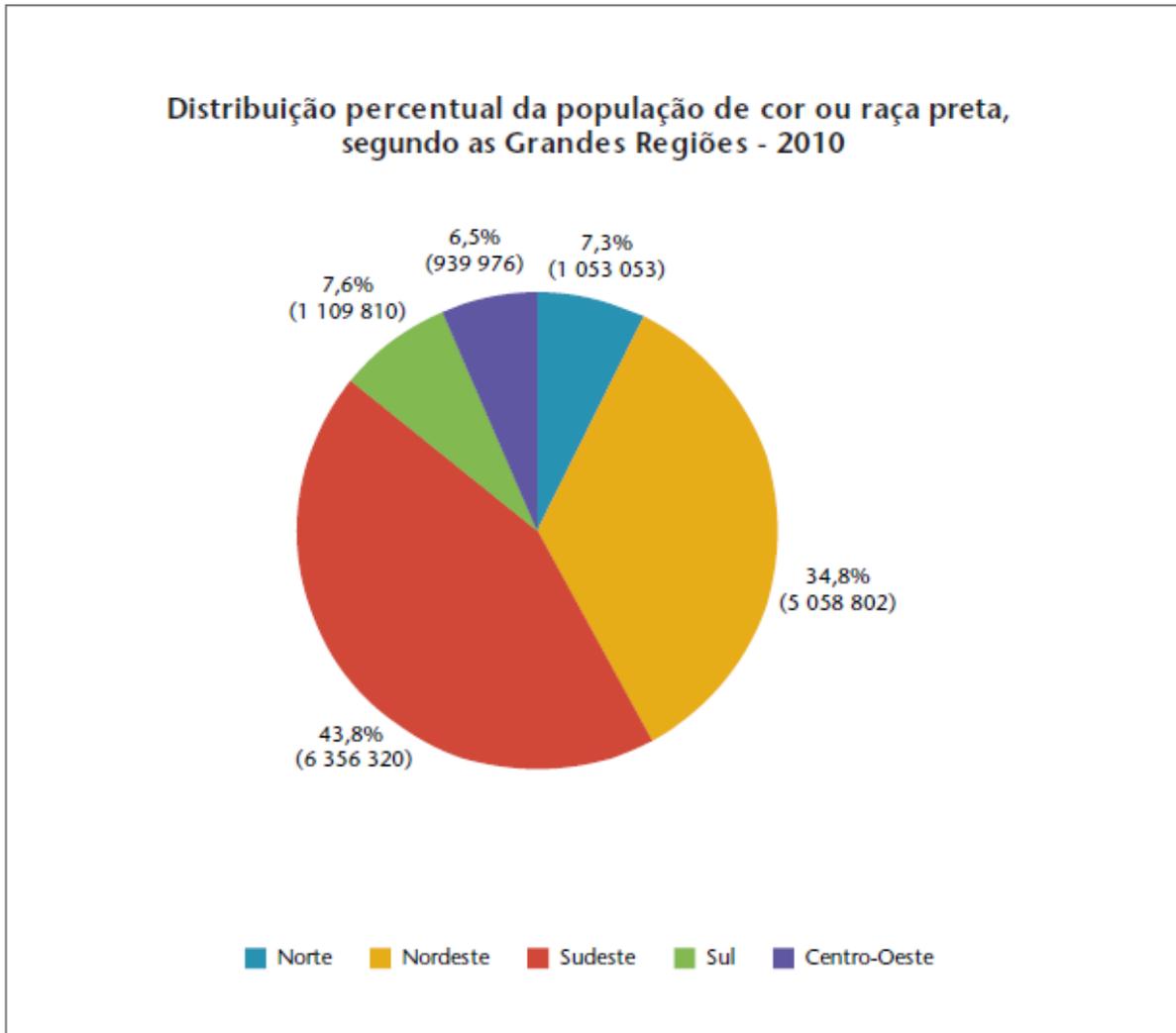


Figura 1 – IBGE³

Apesar de representarem mais de 50% da população brasileira, um total de 97.171.614 são negros e pardos, segundo o senso do IBGE de 2010.

³ Disponível em: <http://censo2010.ibge.gov.br/apps/atlas/>

Como se pode perceber no gráfico (figura 1) a população negra e parda, em sua maioria, está presente na região sudeste com um percentual de 43,8%, seguida pela região nordeste com 34,8%, os menores números se encontram na região sul com 7,6% seguida com pouca diferença pela região norte com 7,3% e por fim a região centro-oeste com 6,5%.

1. Alteridade e desigualdade

Historicamente o negro foi definido como uma etnia inferior, seus costumes e crenças foram repudiados, apesar de representarem a maioria, o imaginário social ainda os vê dessa forma. “As sociedades definem suas identidades e objetivos, definem seus inimigos, organizam seu passado presente e futuro... O imaginário social é constituído e se expressa por ideologias e utopias ...[e]...por símbolos, alegorias, rituais, mitos.” (CARVALHO apud SERBENA, 2003)

O imaginário social está diretamente ligado a perpetuação de discursos hegemônicos – quando há superioridade ou predominância de assuntos sobre outros – e de alteridade – quando há distinção ou diferença em relação ao outro, uma relação de contraste. “Os veículos de comunicação – organizados em grupos hegemônicos, enquanto aparelhos político-ideológicos que elaboram, divulgam e unificam concepções de mundo – cumprem a função de [...] organizar e difundir determinados tipos de cultura” (GRAMSCI apud GUINDANI e ENGELMANN, 2004, p. 32)

A mídia exerce papel fundamental na desconstrução de valores e preconceitos da sociedade como um todo, já que está ligada diretamente à formação da opinião pública.

O discurso atua nos níveis micro e macro, assim como nos registros da interação e da cognição. A mídia funciona no nível macro como um gênero discursivo capaz de catalisar expressões políticas e institucionais sobre as relações inter-raciais, em geral estruturadas por uma tradição intelectual elitista que, de uma maneira ou outra, legitimam a desigualdade social pela cor da pele. (DIJK, 1992, P.21)

A inserção de pessoas que representem um discurso diferente de uma classe dominante na sociedade pode fazer a diferença em relação a assuntos como o racismo.

[...] Depois de analisar os discursos das pessoas na rua, de pessoas comuns, em bairros pobres e em bairros ricos, cheguei à conclusão de que grande parte da produção e reprodução dos discursos racistas é uma coisa das elites. Isto é assim porque as elites têm o controle sobre o discurso público. São elas que fazem as leis, escrevem os jornais, fazem a ciência, fazem a justiça. O discurso dominante em uma sociedade é o discurso das elites e não das pessoas

comuns. A pessoa comum quase não tem voz no discurso público. (DIJCK apud, MORALES, 2007)

Conseguir tratar abertamente de assuntos que provocam desconforto a uma maioria da sociedade, aquela que é representada pelo discurso hegemônico e de alteridade, é pôr em pauta problemas que a população negra enfrenta em seu cotidiano, sem coloca-los como vítimas, mas buscando uma abordagem mais democrática por parte do jornalismo.

Dessa forma, o discurso dominante pode então ser superado, pois já não representa mais uma grande parcela da sociedade, e não dá poder aqueles que se identificam com ele. “Ideologias dizem respeito a “significado em serviço do poder”. Elas são a expressão em nível simbólico de uma realidade de dominação. Como tal, as ideologias do dominante são centrais na produção e no reforço do *status quo*.”(BONILLA, 2006)

Conseguir inserir dentro dos veículos midiáticos minorias que não se identificam com o discurso hegemônico está diretamente ligado à pluralidade de assuntos que pode ser alcançado. “A cobertura de interesse de grupos discriminados está relacionada à presença de profissionais desses grupos dentro das empresas de comunicação” (CARRANÇA, 2004).

Portanto, as minorias não precisam estar em paralelo à grande mídia, através da comunicação popular, por exemplo, mas estariam no centro, auxiliando a desconstrução do discurso dominante de dentro dos veículos dominantes.

2. Racismo sem racistas

O racismo ainda é uma realidade, apesar de que não se torna evidente, já que os conflitos étnicos no Brasil são diferentes dos internacionais, pelo fato do país ser historicamente miscigenado (FERREIRA, 2004).

O contato entre diferentes culturas que se mesclam, mas não se completam, coloca o outro como uma aberração ou alguém a ser combatido, o racismo está diretamente ligado a esse aspecto, já que há uma repulsa ao desconhecido e a reafirmação e superioridade de uma cultura em relação à outra(LIMA, BACCEGA, 2004).

A mídia, como parte importante da reafirmação ou quebra de estereótipos pode perpetuar o racismo ou combatê-lo. “Se os jornalistas não estiverem preparados para coberturas jornalísticas sobre o segmento negro podem reforçar atos de racismo, discriminação e estereótipos.” (FERREIRA, 2004)

Nos veículos de comunicação o racismo pode ser identificado de quatro formas diferentes como aponta Muniz Sodré(1999).

1) a negação, ou seja, “a mídia tende a negar a existência do racismo, a não ser quando este aparece como objeto noticioso”; 2) o recalçamento, a repressão de aspectos positivos das manifestações simbólicas de origem negra; 3) a estigmatização, segundo Goffman, estigma é a marca de desqualificação da diferença que sucinta juízo de inferioridade sobre o outro. Ou seja, num país de dominação branca, a pele escura tende a tornar-se um estigma; 4) a indiferença profissional, por se organizar empresarialmente, quando a obtenção do lucro é o objetivo principal, os profissionais da mídia pouco se interessam por questões referentes a discriminação do negro e das minorias. (SODRÉ apud CASTRO, 2015)

O que mais interessa a esse estudo é o quarto aspecto, quando os profissionais não se interessam por questões referentes a minorias. Se não há interesse, não há visibilidade na mídia, e se há caráter noticioso, o texto pode vir reforçando estereótipos (CARRANÇA, 2004), como já apontado anteriormente.

Para fim de ilustrar a dificuldade que brancos tem para entender o que é o racismo, pode-se referenciar uma série de artigos produzidos pelo jornalista Nicholas Kristoff em 2014, do jornal americano The New York Times, intitulado “When whites Just don’t get it” ou “Quando brancos simplesmente não entendem⁴”.

O jornalista trata dos diversos fatores que envolvem a população negra nos Estados Unidos, muito semelhante à realidade brasileira, e defende que pessoas de cor branca não conseguem entender o racismo ou a desigualdade social simplesmente porque não estão no lugar de um negro ou não se preocupam em fazê-lo.

⁴ Tradução do autor.

SundayReview | OP-ED COLUMNIST

When Whites Just Don't Get It

After Ferguson, Race Deserves More Attention, Not Less

Nicholas Kristof AUG. 30, 2014

MANY white Americans say they are fed up with the coverage of the shooting of Michael Brown in Ferguson, Mo. A plurality of whites in a recent Pew survey said that the issue of race is getting more attention than it deserves.

Figura 2 - The New York Times⁵

A série de artigos possui seis partes, a última publicada em dois de abril de 2016. Comprova que a questão do racismo e da desigualdade social, ainda precisam ser discutidas pela sociedade, pois aceitar leis e estigmas que ainda excluem uma parte tão grande da população, simplesmente é ignorar um problema muito maior.

O brasileiro não se considera racista, mas reproduz uma visão do negro como serviçal, dócil ou bandido (FERREIRA, 2004), favorecendo seus atributos físicos, no caso da mulher negra, mas repudiando suas características, como o cabelo enrolado. Enaltecendo a força do homem negro, mas o colocando em posição inferior, impossibilitados de assumir cargos de decisão (CARRANÇA, 2004).

Ainda, cabe afirmar que o racismo não é somente o que se diz ao outro de forma clara, mas também aquilo que não se pode observar. A discriminação racial também está presente na ausência. “Trata-se, portanto, de procurar analisar o que está oculto sob o manto da indiferença, o que está implícito, as omissões, os silêncios, a inexistência, a ambiguidade.” (QUINTÃO, 2004)

Enfim, a própria invisibilidade de questões referentes à população negra ou parda por parte da mídia, ou mesmo sua abordagem equivocada já consiste em uma forma de racismo.

3. A presença do negro no jornalismo

⁵ Disponível em: http://www.nytimes.com/2014/08/31/opinion/sunday/nicholas-kristof-after-ferguson-race-deserves-more-attention-not-less.html?_r=0

No jornalismo a diversidade é algo extremamente difícil de encontrar, a própria atividade é excludente, desde a graduação. “O mercado profissional de jornalismo é sobejamente competitivo, sofisticado e excludente, isso de modo geral.” (RICARDO, NUNES, LEÃO, 2011 P. 225).

Portanto se o jornalismo trata de assuntos e temas diversos e não possui em seu quadro de funcionários pessoas capazes de representar diferentes grupos étnicos e sociais, muitas das vezes não consegue fazê-lo de maneira satisfatória e sem deixar de reproduzir discursos hegemônicos e de alteridade. “a diversidade no quadro de funcionários e no conteúdo vão de mãos dadas. Se você tem um compromisso com um deles, provavelmente tem compromisso com os dois” (LLOYID apud ALLAN, 2010).

No ano 2000 a quantidade total de negros e pardos registrados como jornalistas no Brasil, com base na Relação Anual de Informações Sociais do Ministério do Trabalho – RAIS – era de 2.858 trabalhadores, sendo que 252 negros e 2.606 pardos. O número de jornalistas classificados na raça cor branca era de 14.575.(CARRANÇA, 2002)

Doze anos depois em pesquisa realizada pelo Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da UFSC, em convênio com a Federação Nacional dos Jornalistas – FENAJ, intitulada “Quem é o jornalista brasileiro – perfil da profissão no país” por meio entrevista com 2.731 jornalistas, 23% destes são pretos ou pardos.

As duas pesquisas, apesar de uma grande distância, ainda ilustram a mesma realidade, uma grande desigualdade de raça e etnia na profissão jornalística.

Considerações finais

Historicamente o negro é visto como inferior e minorizado, algo que já se transformou em um discurso ideológico presente no imaginário social do brasileiro, reforçando uma cultura de hegemonia e alteridade.

Em decorrência disso, o racismo pode perpetuar-se através da mídia, seja pela incapacidade do branco em compreender a desigualdade social ou pela indiferença que pode existir.

O jornalismo, atividade responsável por contribuir com a formação da opinião pública pode ser um meio de desconstruir estereótipos e romper com valores equivocados e excludentes.

A presença de grupos minorizados no jornalismo, como a etnia negra ou parda ainda é muito inferior à etnia branca, apesar de representarem maioria no país. Porém a inserção

desses grupos em veículos midiáticos poderia ser uma das soluções para o combate ao racismo e a desigualdade racial.

A vivência que uma minoria social tem e a visibilidade que daria a determinados assuntos em relação a quem não vive a mesma realidade poderia democratizar e humanizar o jornalismo.

Por isso, a inserção de minorias na carreira é de extrema importância, mesmo que para isso seja feito o uso de políticas afirmativas. Reflexo disso é que a porcentagem dos jornalistas que se assumiram como negros vem aumentando nos últimos anos, justamente o período em que tais medidas começaram a ser mais usuais.

Porém o número de negros no Jornalismo ainda é menor que o percentual da população que se assume como negra no país, que é de 50,7%, o que mostra que ainda há muito que ser conquistado no Brasil.

Referências bibliográficas

ALLAN, S. **O jornalismo e a cultura da Alteridade**. Brazilian Journalism Research - Volume 6. Número 2, 2010.

BONILLA-SILVA, E. **Racism without racists : color-blind racism and the persistence of racial inequality in the United States**. Ed: Rowman & Littlefield Publisher, 2006

CARRANÇA, F. BORGES, R. S. Espelho Infiel: o negro no jornalismo brasileiro. Vários autores. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo: Sindicato dos Jornalistas no Estado de São Paulo, 2004.

CASTRO, S.E.S. **A imprensa e a luta contra o racismo**. Observatório da Imprensa. Ed 869, 2015. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/a-imprensa-e-a-luta-contra-o-racismo/> - acesso em 12/04/2016.

FERREIRA, R.A. **Negro midiático: construção e desconstrução do afro-brasileiro na mídia impressa**. REVISTA USP, São Paulo, n.69, p. 80-91, março/maio 2006. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/apps/snig/v1/?loc=0&cat=-1,3,4,-3,128&ind=4707> – acesso em 02/04/2016.

GUINDANI, J. F. ENGELMANN, S. **A comunicação popular e alternativa do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra: história e contexto de uma luta contra-hegemônica**, 2011.

MARINGONI, G. **História - O destino dos negros após a Abolição**. Ano 8. Edição 70, 2011 Disponível em:
http://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com_content&id=2673%3Acatid%3D28&Itemid=23 – acesso em 10/04/2016.

MORALES, C. **Racismo e Globalização**. Revista Sin Permisso, 2007. Disponível em:
http://amaivos.uol.com.br/amaivos2015/?pg=noticias&cod_canal=42&cod_noticia=9029 – acesso em 13/04/2016.

REZENDE, A. P. e DIDIER, M. T. **Nossos Tempos: O Brasil Colônia e o Mundo Contemporâneo**. São Paulo: Atual, 1998.

RICARDO, A. NUNES, J. C. LEÃO, S. R. **O Jornalismo, O Mundo Do Trabalho E A Liberdade De Imprensa – Com Justiça E Igualdade Racial**. Revista da ABPN • v. 2, n. 4 • mar. 2011 – jun. 2011 • p. 223-228.

SERBENA C.A. **Imaginário, Ideologia E Representação Social**. Cadernos de Pesquisa Interdisciplinar em Ciências Humanas UFSC, 2003. Disponível em <https://periodicos.ufsc.br/index.php/cadernosdepesquisa/article/viewFile/1944/4434> - acesso 16/04/16.

XAVIER, J.L.B. **A Imprensa negra e as Comissões de Jornalistas pela Igualdade Racial: O combate ao racismo nos meios de comunicação**