

Espelho Infiel

O NEGRO NO JORNALISMO BRASILEIRO

Flávio Carrança
Rosane da Silva Borges
organizadores

Imprensa Oficial

QUANDO A IMPRENSA BRANCA FALA DA GENTE NEGRA: A VISÃO EUROCÊNTRICA DA IMPRENSA NA COBERTURA DE AFRODESCENDENTES¹

RICARDO ALEXINO FERREIRA²

¹ Os dados apresentados neste artigo são resultados da pesquisa de Doutorado "Olhares negros: percepção crítica de afrodescendentes sobre a imprensa e outros meios de comunicação social" e da pesquisa de Mestrado "A representação do negro em jornais no Centenário da Abolição da Escravatura no Brasil", defendidas na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, por Ricardo Alexino Ferreira.

² Ricardo Alexino Ferreira é jornalista, professor de Jornalismo Especializado no curso de Comunicação Social (habilitação Jornalismo) da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista (Unesp); professor de Comunicação Científica no Programa de Pós-graduação da Unesp; doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo; ►

A década de 1990 talvez seja um dos mais importantes períodos da história mundial. É nela que os conflitos tomam uma outra dimensão e a velocidade dos acontecimentos – sociais, políticos e culturais – se impõe de uma maneira turbinada. Um fenômeno que se verifica também no Brasil e tende a se fortalecer, ainda mais, nestas primeiras décadas do século XXI.

Para a imprensa, o excesso de pautas e a precipitação de acontecimentos têm representado desafios de coberturas jornalísticas. Hoje não existe mais a bipolarização do mundo (Estados Unidos *versus* antiga URSS), que foi a principal característica de quase 50 anos de Guerra Fria. Ao contrário, o que se verifica é uma recrudescência de projetos de autonomia nacional, étnicos ou religiosos, separatistas e de luta armada em vários países europeus, africanos, asiáticos e das Américas.

Para se ter uma idéia os conflitos podem ser agrupados por motivações étnicas ou religiosas (Afeganistão, Argélia, Armênia, Azerbaijão, Bósnia-

Herzegóvina, Burundi, Egito, Israel, Líbano, Libéria, Palestina, Ruanda, Somália, Sudão, Tadjiquistão e Zaire); lutas separatistas (Chechênia, Córsega, Curdistão, Espanha, Geórgia, Irian Jaya, Irlanda do Norte, Saara Ocidental, Sri Lanka, Tibet, Timor Leste) e o ressurgimento, na década de 90, de movimentos armados de extrema esquerda em países latino-americanos, como tem sido o caso da Colômbia e mesmo do México.

Brasil e os grupos minorizados

Não se pode afirmar que os conflitos entre brancos e negros no Brasil tenham a mesma dimensão dos conflitos étnicos internacionais. Por ser um país marcadamente mestiço, o separatismo e os confrontos diretos se tornam mais diluídos, porém não menos graves. Apesar disso, é possível observar na realidade brasileira a conformação, ainda embrionária, de conflitos étnicos que podem insurgir de forma mais intensa no futuro.

Esse tipo de conformação começa a ser percebido pelo isolamento e confinamento da população negra em alguns espaços (tanto no âmbito físico como social). Na conformação territorial das grandes cidades, por exemplo, a maioria dos afrodescendentes brasileiros está confinada nas favelas, cortiços ou periferias. Ao sair desse espaço, esta população negra é subjugada pelas forças auxiliares do governo (Polícia Militar) ou por seguranças particulares, contratados por empresas ou pessoas físicas, que quase sempre a tomam por “marginal” e como uma ameaça natural ao patrimônio, à vida e à manutenção do *status quo* das classes economicamente dominantes ou, até mesmo, da classe média (que introjeta os valores dos grupos dominantes). Quando esta maioria negra não é subjugada por estas forças militares ou de segurança privada, é discriminada por outros elementos sociais, que exercem controle de acesso de pessoas (como porteiros, selecionadores de vagas de empregos e outros profissionais), que dificultam o seu acesso a prédios, empregos, enfim, ao pleno exercício da cidadania.

► produtor, diretor e apresentador do programa radiofônico de entrevistas, de divulgação científica, Unesp-Ciência, veiculado na Rádio Unesp-FM (105,7 MHz, Bauru).

Esse controle do acesso de afro-descendentes também acontece nos meios de comunicação social. Em um país com mais de 70 milhões de indivíduos negros, o que corresponde a mais de 40% da população brasileira, conforme dados do IBGE, é de se estranhar uma parcela tão pequena de negros ocupando espaço nos veículos.

Porém, não se pode negar que houve alguma mudança nesta última década. Mudanças pouco significativas na publicidade, nas telenovelas e, pequena, também, ao verificar a quantidade de apresentadores e repórteres de telejornais negros. No entanto, enquanto informação, notícia, é possível perceber que desde 1988 o segmento afro-descendente teve uma mudança não somente quantitativamente significativa, mas também no conteúdo da informação.

Representação em jornais

Na pesquisa de Mestrado *A representação do negro em jornais no Centenário da Abolição da escravidão no Brasil*, que defendi em 1993, pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, foi possível perceber que o ano de 1988 representou um desafio e uma mudança na forma de tratamento da imprensa sobre o segmento afro-brasileiro. Considero um marco na forma de tratamento que a imprensa dava para o segmento afro-descendente.

Esta mudança foi impulsionada por alguns acontecimentos básicos, que faziam emergir a questão das relações étnicas no Brasil. Estes acontecimentos eram o Centenário da abolição da escravidão no Brasil, a organização mundial contra o *apartheid* e a elaboração da nova Constituição brasileira.

Os jornais, na cobertura de notícias envolvendo o segmento afro-brasileiro, em 1988, se mostraram bastante diferenciados da mídia eletrônica ou da publicidade. Foi nesse tipo de veículo que o negro teve maior espaço enquanto notícia. Um fenômeno que vem se repetindo continuamente desde o final dos anos 80.

A postura da imprensa frente a todas estas mudanças políticas tem sido bastante oscilante. Ora a imprensa avança na discussão, outras vezes fica num discurso superficial e inócuo. O jornalista, através do improviso, vai pela intuição, transitando entre esses fenômenos. Porém, esse modelo já não tem mais dado conta das muitas realidades sociais. Assim, os profissionais de imprensa que não estiverem preparados para coberturas jornalísticas sobre o segmento negro podem reforçar atos de racismo, discriminação e estereótipos, mesmo quando a linha editorial do jornal não for esta. Vale mencionar aqui que os jornais fazem questão de anunciar que não compactuam com qualquer tipo de discriminação ou racismo. O que de fato parece acontecer. Mas, se existe esta preocupação, é porque o problema anda rondando as redações.

| **Jornalismo e Publicidade**

A dicotomia entre Jornalismo e a área de Publicidade e Propaganda vem sendo questionada nos últimos tempos por diferentes teóricos da comunicação. As duas áreas ocupam o mesmo espaço comunicacional e interagem na formação do veículo. Mesmo que os profissionais publicitários, de *marketing* ou das áreas comerciais dos veículos e jornalistas-editores afirmem que não há interferência entre os dois universos, a mensagem no contexto geral, veiculada nos meios (tanto impresso como eletrônico e digital), acabam produzindo uma linha editorial específica. E isso é evidente em algumas situações. Por exemplo, seria absurdo em uma publicação de Saúde ou de Musculação ser veiculada publicidade de cigarros ou bebidas alcoólicas.

No caso de publicidades que trazem personagens afro-descendentes ou de outros grupos minorizados, por exemplo, não existe uma preocupação editorial em verificar as incoerências de discursos. Não são raros os casos em que uma matéria de denúncia de racismo pode vir imediatamente acompanhada por uma publicidade que cria estereótipos ou simplesmente ignora esses grupos.

Alguns casos mais polêmicos de publicidades veiculadas podem ser apontados nessa questão. Pode-se citar algumas campanhas polêmicas que marcaram época, como as peças publicitárias da multinacional Benetton, que têm como *slogan* **United Colors**. Em maio de 1990, uma das campanhas trazia uma mulher negra amamentando uma criança branca. A publicidade atingiu os ânimos do movimento negro e resultou em pichação de quase todos os *outdoors* da campanha com a frase "Mucamas, nunca mais". Ou uma outra peça publicitária, que valeu um processo contra a Benetton, que foi movido pelo Núcleo de Consciência Negra na Universidade de São Paulo, em que uma criança loira com os cabelos encaracolados é colocada ao lado de uma criança negra, com os cabelos penteados sugerindo dois pequenos chifres.

Para os mais simplistas, estas campanhas trazem apenas uma singeleza e uma plástica impecável. Mas isto só se torna possível ao analisar tais mensagens fora de um contexto social, cultural e político, ou seja, observar tais campanhas de maneira estéril, o que é impossível. Em um país com o passado escravocrata, a primeira campanha no mínimo é provocadora, evocando a ama de leite. A segunda campanha vai trabalhar com a simbologia cristã, do anjo e do diabo, o bem e o mal.

Outra campanha merece também atenção, a da indústria de cosméticos Natura. Nesta peça publicitária, voltada para revistas, 16 mulheres de braços dados são colocadas em quatro páginas. Mulheres de todas as idades, belíssimas e bem-vestidas. Ao lado de cada uma se indica a idade e a profissão. Uma é arquiteta, outra é advogada, médica, paisagista e assim por diante. A mulher negra, não menos bonita e não menos bem-vestida que as outras, é a última personagem. Ao seu lado o seu nome e a sua profissão: vendedora. Ora, se todas as outras exercem atividades intelectuais, por que restou à mulher negra a atividade menos intelectual? Por qual motivo ela foi colocada como a última personagem? Será que caberia a ela o papel de vendedora dos produtos Natura?

Em todos esses casos, encontramos a polissemia, que seria através de uma mesma imagem se fazer diferentes leituras e encontrar ambigüidades.

Todas elas acabam por reforçar o *status quo* do negro dentro da sociedade brasileira, em que ele é colocado muitas vezes como serviçal, dócil ou bandido. É uma visão maniqueísta, construída a partir do discurso racial brasileiro. É como se o poder, manifestado através dos meios de comunicação, não permitisse outra visão do negro.

Por um lado, em um primeiro momento, se é tentado a dizer que tais campanhas foram pensadas para justamente passar tais mensagens discriminatórias. Mas, por outro lado, pode ocorrer outro agravante, a pouca capacidade de percepção do comunicador para o próprio objeto da sua comunicação. Isto implicaria em afirmar que o comunicador não sabe o porque faz, mas somente como faz. Ou seja, seria dizer que o comunicador estuda muito pouco, se tornando um trabalhador braçal. Invocando, assim, ao construir uma mensagem, apenas o seu imaginário, totalmente permeado do inconsciente coletivo e muitas vezes marcado pelo preconceito vivenciado no dia-a-dia. Mas corroborar qualquer uma das afirmações pode ser temerário, ainda mais quando se observam evidências de que as duas coisas ocorrem na mesma proporção.

Para muitos, estas questões não existem e os mais ousados chegam a dizer que se está "procurando pêlo em ovo". Esta visão é inteiramente equivocada. Mais uma vez é preciso lembrar e trazer os estudos de Semiótica, que vão legitimar e dar alguns suportes teóricos a esta questão, principalmente ao se analisar o significado e o significante, o real e o simbólico.

Outros ainda não poupam críticas aos grupos minorizados por fazerem uma vigília cerrada sobre os meios de comunicação social, alegando que estes grupos estariam fazendo reedição da censura. No entanto, isto também pode ser falso. O artista não inspira a sua obra fora de um contexto social. A sua obra é a expressão da idéia que ele ou seu grupo querem defender. Não existe obra neutra ou com a finalidade de apenas fazer divertir. Qualquer obra tem uma finalidade explícita ou implícita. E isto vale para qualquer forma de comunicação, tornando-se necessário questionar o eurocentrismo, que seria a exacerbação dos valores euro-ocidentais brancos em detrimento de todas as demais culturas.

O problema é extremamente complexo. A publicidade ainda não sabe lidar com a diversidade e a pluralidade sociais. Se os programas humorísticos usam de estereótipos na abordagem dos afro-descendentes, a publicidade os trata como um segmento quase invisível. Uma dúvida surge: deve-se censurar o humor, criar cotas para negros na publicidade ou utilizar o recurso do boicote a produtos e programas de cunho racista? A essas perguntas ainda não se têm respostas. Assim como ainda não se sabe como interagir eficientemente o conteúdo jornalístico com as mensagens publicitárias, que permeiam todos os formatos de jornalismo (impresso, digital, eletrônico).

| Da formação do jornalista

Todos esses elementos que povoam o cotidiano da imprensa brasileira foram suficientes para chamar a atenção de que o jornalista faz, mas nem sempre sabe porque faz. Esse tipo de problema abre espaço para uma outra questão, a de que os cursos de Jornalismo, dentro das Universidades, precisam se repensar. Atualmente, a universidade tomou para si a responsabilidade de formar jornalistas-técnicos para o mercado, quando deveria estar formando jornalistas com grande conhecimento interdisciplinar. Pergunte a algum profissional da área de imprensa diplomado se ele sabe quais são os teóricos da área de Comunicação ou do Jornalismo, se ele sabe a história da imprensa, se sabe dissertar sobre a contextualização da imprensa na reconfiguração do planeta? Infelizmente, a maior parte não vai estar apta a demonstrar conhecimento em tais questões, conforme vem sendo constatado nos processos de avaliação do MEC.

A culpa não é apenas do jornalista, mas de todo um sistema mecânico, industrial, que o leva a se tornar uma mão-dé-obra executora, repetitiva. A universidade não dá oportunidade para que ele conheça com profundidade os teóricos da sua própria área de conhecimento e os cursos têm se tornado aberrações. Tanto que é comum o próprio estudante de Jornalismo classificar o curso como sendo *light*. A melhor expressão da lei do menor esforço.

Por outro lado, os empresários dos veículos de comunicação insistem em desprezar a necessidade de um curso de Jornalismo para se formar jornalista. "Qual a necessidade de um curso de jornalismo se o jornalista se faz no dia-a-dia?", argumentam.

Esse mesmo argumento foi usado no início de janeiro de 2003 pela juíza Carla Abrantkoski Rister, da 16ª Vara Cível de São Paulo, para suspender legalmente a obrigatoriedade do diploma para o exercício do Jornalismo. A sua argumentação era de que o exercício profissional do Jornalismo e o direito de expressão estão intimamente ligados e o pressuposto da exigência do diploma ofende o direito à livre manifestação do pensamento. Nesse caso, o pensamento equivocado da juíza confunde o exercício profissional do Jornalismo e a liberdade de expressão. Meses depois, uma nova decisão revogava a liminar de Rister, sendo exigido novamente o diploma para o exercício profissional.

Pensamentos como o de Rister e de muitos empresários da comunicação simplificam o papel do jornalista como um mero relator de fatos. No entanto, o jornalista é muito mais que isso, ele é um reelaborador de realidades, um profissional diferenciado que deve lidar criticamente com as realidades passadas, presentes e futuras e, por isso mesmo, deve ter uma visão além do senso comum.

É aí que deve entrar a universidade para que o estudante de Jornalismo possa entender passado-presente-futuro dentro de um mesmo processo. Ao abordar um fato presente, entendê-lo como consequência do passado e projetá-lo para o futuro. As universidades e os cursos de Jornalismo estão ruins, reconheço, mas não é possível matar os carrapatos, matando a vaca.

Faço todas estas colocações enquanto jornalista, professor de Jornalismo e pesquisador. Como jornalista, observo a limitação de muitos colegas que sequer têm tempo de ler um livro ou até mesmo jornais e revistas; como professor, analiso o comportamento dos alunos e observo que existe um pacto de pouco se fazer e pouco se exigir; como pesquisador, tenho constatado que o fenômeno da informação está sofrendo cada vez mais modificações.

Tenho analisado matérias publicadas, programas de televisão e rádio e constato que no Jornalismo o critério, a metodologia, a reflexão, ainda funcionam de maneira relativa. A improvisação ainda é a grande sacada da nossa imprensa. Faz, se der certo bem, se não der muda. Esse tipo de comportamento pode trazer conseqüências desastrosas. A proposta do meu trabalho tem sido a de concentrar esforços para que a realidade dos jornalistas possa se transformar. A primeira tentativa de mudança tem sido a de instrumentalização dos estudantes de Jornalismo na cobertura de grupos minorizados. Isto levaria a compreender que uma matéria jornalística pode ser um elemento de inquietação e reflexão social, extrapolando a visão do senso comum.

| Olhares sobre a imprensa

Na tese de Doutorado, *Olhares negros: estudo da percepção crítica de afro-descendentes sobre a imprensa e outros meios de Comunicação*, defendida na Escola de Comunicações e Artes, da Universidade de São Paulo, constatei que os profissionais negros da área de Comunicação reprovam a maneira como os veículos retratam os afro-descendentes e outros segmentos. Mas, constatei também que eles ainda não sabem qual seria o melhor modelo de abordagem dessa temática pela imprensa. Tudo isso significa que para as próximas décadas a imprensa passa a ter o desafio de cobertura jornalística de segmentos sociais com pouca representação social e política na sociedade.

Aliás, os conflitos étnicos e a demonstração de insatisfação e exigência de representação social e política de outros grupos minorizados (como homossexuais, mulheres, portadores de necessidades especiais e outros segmentos) vêm eclodindo em todo o mundo. O desafio é resgatar a cidadania desses grupos, denunciar os crimes de discriminação sem cair no estereótipo e ter como meta promover a justiça social.

Bibliografia

FERREIRA, Ricardo Alexino. *Olhares negros: percepção crítica de afro-descendentes sobre a imprensa e outros meios de comunicação social*. São Paulo: ECA-USP. 2001. Tese de Doutorado.

_____. *A representação do negro em jornais no Centenário da Abolição da Escravatura no Brasil*. São Paulo: ECA-USP. 1993. Dissertação de Mestrado.