

PRECONCEITO ÉTNICO-RACIAL – DESIGUALDADES NO PLANO SIMBÓLICO

*ETHNIC-RACIAL PREVENTION –
INEQUALITIES IN THE
SYMBOLIC PLAN*

Toni Andre Scharlau Vieira

toniandre@gmail.com

Doutor em Ciências da Comunicação e
professor adjunto do Curso de Jornalismo
da Universidade Federal do Paraná

DOI: doi.org/10.21882/ruc.v5i8.658

Recebido em: 20/10/2016

Aceito em: 24/06/2017

47

**“Se você não for cuidadoso, os jornais
farão você odiar as pessoas que estão
sendo oprimidas, e amar as pessoas que
estão oprimindo.”
Malcolm X**

RESUMO

Este texto aborda a atuação da comunicação social enquanto reforçadora de preconceitos, relacionando a análise de tais fenômenos ao conceito de capital simbólico. Nesse trilhar, respaldado nas obras de Pierre Bourdieu e de John B. Thompson, especialmente, resgata-se o aludido papel dos meios de comunicação, especificamente no que se refere ao enfoque demonstrado por tais agentes à questão étnico-racial, através da contemplação de casos da realidade brasileira contemporânea.

Palavras-chave: Comunicação; Étnico-racial; Simbólico; Violência.

ABSTRACT

This text approaches the performance of social communication as a reinforcer of prejudices, relating the analysis of such phenomena to the concept of symbolic capital. In this way, supported by the works of Pierre Bourdieu and John B. Thompson, in particular, the aforementioned role of the media is rescued, specifically with regard to the approach shown by such agents to the ethnic-racial question, through the contemplation of Contemporary Brazilian reality.

Keywords: Communication; Ethnic-racial; Symbolic; Violence.

Introdução

Admitindo-se notório o potencial dos meios de comunicação de influenciar comportamentos sociais, consolidou-se a concepção: possuem poder simbólico, conceito este que, oportunamente, será propriamente contextualizado. Daí decorre a proposta ora realizada de que se aprofunde a reflexão sobre tais questões, relacionando-as à construção de um imaginário social, o qual serve de base para a elaboração de um pensamento homogeneizante no que se refere ao debate étnico-racial, sem, no entanto, arrazá-lo à proporção da relevância social do tema. A confiança simbólica que os receptores atribuem aos meios de comunicação de massa viabiliza que aqueles adotem visões de mundo, restritas ao consumo dos discursos desses meios. Para além de que, a lógica exposta, propicia que determinados discursos circularmente criem e consolidem conceitos ou pré-conceitos.

Ante o exposto, pondera-se oportuna a adoção da hipótese de que, embora não o sejam em termos absolutos, os meios de comunicação de massa, enquanto referenciais sociais, protagonizam a construção de capital simbólico, inclusive em relação às questões étnico-raciais. Disso decorre que o capital simbólico, presta-se a consolidar opiniões que interferem fulcralmente numa acepção de mundo pela sociedade. Tem-se, portanto, que, este procedimento é construído pelo sujeito, justamente, ao interagir com o que lhes é apresentado sobre esse 'mundo'. Explícita-se: uma vez que, no que concerne ao supracitado recorte tempo/espaco sob o qual ora se debruça, o processo 'comunicacional' opera, predominantemente, via meio-pessoa e não pessoa-pessoa, depreende-se que os meios revelam-se como, quase que exclusi-

vas, fontes detentoras de suposta legitimidade quando o assunto é 'passar' uma visão de mundo.

Portanto, entre os objetivos desse trabalho, destaca-se a ideia de que é preciso entender a forma como o capital simbólico, construído pelos meios de comunicação, consolida e cria produtos simbólicos. E, justamente, através desses produtos simbólicos, concebidos segundo lógicas que contemplem ou não conflitem com interesses dê seus produtores, que comportamentos são apresentados à sociedade, invariavelmente, na busca de uma adoção acrítica por parte dos receptores.

Defere-se e da leitura de textos clássicos, especialmente os de Thompson, Bordieu, Munanga e Sodré, que a questão dos preconceitos étnico-raciais remete à forma como são construídos os capitais simbólicos pelos meios de comunicação. Do aprofundamento nas investigações sobre as questões étnico-raciais, denota-se que a sua apresentação midiática segue modelos que, 'simbolicamente', viabilizem que preconceitos sejam aceitos, incorporados ao cotidiano, naturalizados.

Para verificar essas questões utiliza-se a análise de perfis de veículos de comunicação contemporâneos e dos respectivos conteúdos veiculados. Também, apresentam-se exemplos provenientes de livros e histórias infantis ou infanto-juvenis. Reputa-se a opção pela aludida metodologia por esta contemplar tanto os conceitos antes apresentados, quanto a verificação da patente demanda social no sentido de dar real voz ao silente discurso que repudia a existência do preconceito étnico-racial, oposta ao discurso domi-

nante nas produções simbólicas contemporâneas.

Conceituando poder simbólico

Os meios de comunicação representam um poder simbólico. Isso quer dizer que eles são capazes de influenciar as ocorrências sociais e, até mesmo, interferir na forma como a sociedade se organiza. Prova cabal de aludida interferência social verifica-se na institucionalização de bens simbólicos, resultante da própria produção e difusão de produtos simbólicos.

Dentro das lógicas capitalistas, os meios de comunicação de massa são “parte de um conjunto de instituições interessadas, de diferentes maneiras, na fixação, reprodução e mercantilização das mesmas” (THOMPSON, 1995, p. 289). Quando um meio de comunicação é “institucionalizado” ele passa a ser reconhecido como referência na produção de bens simbólicos para a sociedade (a exemplo do “padrão Globo de qualidade”)¹.

E, inseridas nesta lógica, as pessoas passam a confiar nas informações do canal de

televisão X, indistintamente. A abordagem teórica expõe a premeditada relação causa-efeito: o processo é gerado e reproduzido uma vez que o indivíduo incorpora um capital simbólico, que o próprio meio instrumentalizou, construindo sua credibilidade. Neste sentido, sustenta John B. Thompson que a credibilidade pode ser construída através de um “impacto interacional dos meios técnicos”, compreendendo meios técnicos como os canais pelos quais os meios atingem os públicos. O autor elenca, ainda, quatro dimensões desse impacto interacional:

(1) os meios facilitam a interação através do tempo e do espaço; (2) eles modificam a maneira como as pessoas agem para os outros, enquanto os outros para os quais essas pessoas estão agindo se constituem numa audiência que é ampla, remota e dispersa no tempo e no espaço; (3) eles modificam a maneira como as pessoas agem em resposta aos outros, na medida em que podem agir em resposta a outros que estão localizados em contextos distantes; e (4) os meios também modificam as maneiras como as pessoas agem e interagem no processo de recepção, isto é, eles atingem a organização social daquelas esferas da vida cotidiana em que a recepção das mensagens por elas mediadas é uma atividade rotineira. (THOMPSON, 2008, p. 172)

A partir do raciocínio de Thompson, pode-se afirmar que os meios de comunicação contemporâneos representam a principal forma como a sociedade “compreende” os acontecimentos. Os meios, portanto, protagonizam a produção de capital simbólico e se constituem como ‘orientadores sociais’. Tem-se que, em última análise, deter poder simbólico é possuir condições e habilidades para manipular as informações, reservar-se o potencial de intervir nas ocorrências sociais, bem como o de influenciar ações de outros e

¹ Nem sempre essa “institucionalização” se dá de maneira reta e legal. No caso da Globo o apoio fornecido pela ao golpe militar de 1964, repercutiu diretamente nas receitas daquela empresa. A concentração de verba publicitária em seu âmbito, fez com que ela, em pouco tempo, despontasse como líder do mercado. O alto faturamento viabilizou que a Globo criasse uma infraestrutura invejável e contratasse profissionais com diferenciada qualidade técnica. Dessa forma, a ideia de “um padrão globo de qualidade” estruturou-se sedimentada em suas estreitas relações com a esfera política. E assim seguiu, ampliando a identificação da empresa como líder, investidora e valorizadora do seu capital humano. Simbolicamente, a frase acabou por ser reconhecida como a principal ferramenta de marketing do grupo. (ver mais em HERZ, 1987)

viabilizar (ou não) a ocorrência de fatos e eventos por meio da produção e da transmissão de produtos simbólicos.

A título de exemplificação: quando um canal de televisão produz uma série de reportagens sobre um problema vivido pela sociedade com a qual dialoga (exemplo: cobertura da Rede Globo sobre o chamado mensalão do PT ou a operação lava-jato), o que ele está, de fato, desencadeando é um comportamento social regido pelo poder simbólico que detém. Assim, quanto mais a sociedade concordar com as informações transmitidas, mais capital simbólico o canal acumula. É como numa relação interpessoal: nós confiamos em alguém à medida que este alguém se mostre confiável e o demonstre por atitudes e ações. Se o nível de confiança é alto (seu capital simbólico é alto), ainda que essa pessoa venha a cometer um deslize, isso abalará muito pouco a relação, apesar de diminuir o “saldo” de capital simbólico.

Manter a audiência e os níveis de confiabilidade com os públicos é condição primeira para qualquer meio de comunicação. Essa foi a principal razão para que até mesmo a Rede Globo fizesse uma autocrítica, reconhecendo que havia errado (pelo menos parcialmente) ao apoiar o regime militar instalado no Brasil de 1964 a 1985².

Em se tratando de estratégias de poder, de manutenção de *status* ou de supremacia de uma classe social sobre outras, o poder simbólico é altamente estratégico. Não é por outro motivo que nas disputas de poder (sejam em tempo de paz ou em tempo de guerra) o que tem sido considerado estratégico é

² Ver em: <<http://oglobo.globo.com/brasil/apoio-editorial-ao-golpe-de-64-foi-um-erro-9771604>>. Acesso em: 5 jan. 2017.

a conquista do poder simbólico, especialmente o apoio ou a subserviência dos meios de comunicação de massa³.

Um dos primeiros pensadores a propor a ideia do poder simbólico foi Pierre Bourdieu (1998). Ele apontava que as pessoas não percebem esse poder, pois, além de invisível, é uma forma transfigurada e legitimada das outras formas de poder. O que torna possível a existência desse poder é essa não percepção, já que a partir dela se estabelece uma espécie de cumplicidade daqueles que não querem saber que estão sujeitos ou mesmo que exercem esse poder simbólico.

O poder simbólico é uma forma transformada, quer dizer, irreconhecível, transfigurada e legitimada, das outras formas de poder: só se pode passar para além da alternativa dos modelos energéticos que descrevem as relações sociais como relações de força e dos modelos cibernéticos que fazem delas relações de comunicação, na condição de se descreverem as leis de transformação que regem a transmutação das diferentes espécies de capital em capital simbólico e, em especial, o trabalho de dissimulação e de transfiguração que garante uma verdadeira transubstanciação das relações de força fazendo ignorar-reconhecer a violência que eles encerram objetivamente e transformando-as assim em poder simbólico, capaz de produzir efeitos reais sem dispêndio aparente de energia. (BOURDIEU, 1998, p.15).

³ No recente caso de ataques à democracia e à ordem jurídica na Tailândia, um dos primeiros atos dos militares que reprimem as manifestações por liberdade foi fechar ou censurar os canais de televisão do País. Ver em: <<http://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/afp/2014/05/20/exercito-tailandes-decreta-lei-marcial-e-ocupa-bangcoc.htm>>. Acesso em: 5 jan. 2017.

Entendendo-se o poder como “toda oportunidade de impor sua própria vontade, no interior de uma relação social, até mesmo contra resistências, pouco importando em que repouse tal oportunidade” (WEBER, 1971, p.219), Bourdieu praticamente acusa a existência de uma articulação para que um poder brutal possa exercer sua atividade sem que haja uma violência aparente.

No caso dos conflitos étnico-raciais, os meios estariam dissimulando a verdadeira face do poder para manter as relações de força, sem “dispêndio aparente de energia”, preservando o *establishment*⁴ e naturalizando o preconceito ou, como se faz aqui no Brasil, negando a existência dele como tal.

Quando fala de poder, John B. Thompson (2008, p. 22) aponta como principais exemplos o econômico, o político, o coercitivo e o simbólico. O poder simbólico seria o “que nasce na atividade de produção, transmissão e recepção do significado das formas simbólicas” (Idem, p. 24). Sendo assim, grande parte das relações dos indivíduos com a sociedade é dada a partir da produção de formas simbólicas “para realizar ações que possam intervir no curso dos acontecimentos com consequências as mais diversas” (ibid.).

Importante sublinhar que a produção simbólica não se dá apenas através dos meios de comunicação. Instituições como a igreja, os partidos, a escola, a família, também foram, e ainda são, importantes fontes geradoras de conteúdos simbólicos. Na contemporaneidade, no entanto, são os meios de co-

municação os principais produtores de “capital simbólico”, ou seja, aquilo que podemos chamar de prestígio e que pode identificar os agentes no espaço social.

A desigualdade existente no plano étnico-racial não tem a devida visibilidade nos meios de comunicação e isso produz um “capital simbólico” gerado pela ação dos meios de comunicação. Assim, mesmo havendo acontecimentos como o atropelamento de Claudia Silva Ferreira, baleada e arrastada por um carro da polícia militar no Rio de Janeiro⁵, a existência de violências sociais e individuais contra negros no Brasil continua sendo tratada como algo dentro da “normalidade”. A falta de respeito contra cidadãos negros, que não é explícita, não existe “formalmente” e, por isso mesmo, é mais difícil de ser combatida ou até mesmo denunciada. É uma luta contra adversários que não são facilmente distinguíveis e que se utilizam do capital simbólico acumulado toda vez que algum acontecimento forte fustigue suas bases de sustentação social.

Não é difícil perceber que os veículos de comunicação tradicionais, pertencentes às grandes corporações, como a Rede Globo, Folha de S. Paulo, Estadão, para citar apenas alguns, simplesmente ignoram, silenciam ou omitem qualquer problema maior nas relações étnico-raciais. O que acaba sendo veiculado se dá quando um funcionário da empresa é atingido pelo preconceito, caso da apresentadora das previsões climáticas da Globo, Maria Julia Coutinho, a Maju, que sofreu ataques através da página oficial do Jornal

⁴ Literalmente a expressão significa a ordem ideológica, econômica, política e legal que constitui uma sociedade ou um Estado. Quem detém o poder político ou que o manipula, independente de estar a frente do Estado.

⁵ Ver em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2014/03/trataram-como-bicho-diz-marido-de-mulher-arrastada-em-carro-da-pm.html>>. Acesso em: 3 jan. 2017.

Nacional da Rede Globo no Facebook (G1, 2017).

A mesma Globo se cala e não aprofunda o tema quando a questão é a violência física a que são submetidos os jovens afrodescendentes de baixa renda. Na página da BBC se pode ler no dia 6 de junho de 2016: “todo ano, 23.100 jovens negros de 15 a 29 anos são assassinados. São 63 por dia. Um a cada 23 minutos.” (BBC, 2017) Os veículos mais tradicionais (conectados a outras lógicas como o lucro e o poder) mostram, assim, que dão o devido espaço para essas questões, ou seja: praticamente nenhum - apesar de o último censo (2010) ter apontado que mais de 50% da população brasileira (ver em IBGE, 2017) se autodeclarou preta ou parda.⁶

Recentemente a revista TPM circulou com a manchete “Ser negro no Brasil é foda”⁷. Essa foi uma das poucas vezes que um meio de comunicação com razoável expressão pública debateu o tema com esse nível de veemência. Em geral, a mídia não reconhece a existência de preconceito étnico-racial e sequer dialoga com protagonistas sociais que sofrem com esse preconceito e nem mesmo enfocam a realidade que eles vivem.

Nesse número da revista TPM, a modelo Samira Carvalho é uma das entrevistadas e chama a atenção para o fato dos negros serem mostrados como caricaturas de si mesmos.

⁶ Ver em:

<<http://www.emdiacomacidania.com.br/blog/polulacao-negra-ja-passa-dos-100-milhoes-diz-ibge#.U4tvanJdV1Y>>. Acesso em: 3 jan. 2017.

⁷ Ver em:

<<http://revistatpm.uol.com.br/revista/141>>. Acesso em: 3 jan 2017.

É engraçado conseguir muitos trabalhos com o perfil ‘étnico’. No Brasil é difícil desfilhar como uma mulher normal, em geral é essa coisa caricata, em cima de um tema como África, por exemplo. Nos Estados Unidos e na Europa é completamente diferente: você desfila como uma mulher normal, com roupa normal, porque a população negra quer se ver representada em um desfile ou em uma campanha, se não simplesmente não compra. Aqui, a gente está tão acostumada a não se ver que compra de qualquer jeito.⁸

O fato dos meios de comunicação brasileiros não debaterem os temas étnico-raciais, contribui para ampliar o problema retratado pela modelo Samira Carvalho. Os meios têm responsabilidades, pois veiculam conteúdos simbólicos e esses, como disse Thompson, podem reforçar o ideário de democracia racial e aparente cordialidade das relações que envolvem a temática étnico-racial no Brasil e no mundo.

O negro é retratado a partir de representações que ajudam a perpetuar diversos matizes de desigualdade e discriminação. Na imprensa, o afrodescendente continua associado à editoria policial, relacionado à criminalidade e à violência. Eles também aparecem quando são destaques no esporte e na cultura, especialmente na música. A mídia oferece através da exclusão ou distorção da imagem do negro, informações que consolidam a distinção social e de classe que permeiam as relações entre negros e brancos.

Fernando Conceição explica:

A ausência ou a estereotipia do negro nos meios de comunicação são expressivas

⁸ Ver LEMOS, Nina. Cisne negro. **Revista TPM**, n 141, 14 abr. 2014. Disponível em: <<http://revistatpm.uol.com.br/perfil/141/cisne-negro.html>>. Acesso em: 5 jan. 2017.

formas de violência (...). Essa violência reforça a falta de referenciais valorativos para o grupo étnico discriminado (...). Não por acaso são poucos os negros que querem ser negros no Brasil. (CONCEIÇÃO *apud* MUNANGA, 1996, p. 256).

Muito distanciada da grande diversidade étnico-racial brasileira, a mídia continua retratando os afrodescendentes de maneira discriminatória, preconceituosa e estereotipada. O que ainda vemos é uma cobertura desproporcional da mídia no que se refere à participação dos negros na sociedade. Ou seja, são pouquíssimos os exemplos positivos (que fujam do estereótipo pobre, favelado, malandro, mulata, *mamy*) de negros na tele-dramaturgia, por exemplo. Faça você um exercício e diga quantos atores negros estão na novela das 21h e quantos jornalistas negros estão nas bancadas dos telejornais?

Pode-se dizer que a invisibilidade do negro está institucionalizada e naturalizada, e está presente também no agir e no pensar das pessoas, que automaticamente atribuem aos negros os papéis de coadjuvante e subalterno no convívio social e isso se destaca também nos meios de comunicação. Tal realidade nos permite dizer que a mídia desempenha um papel de reprodutora do racismo. Muniz Sodré entende esse comportamento da mídia a partir de quatro tipos de conduta:

- **A negação** – os meios de comunicação evitam assuntos que vão contra seus interesses e rejeitam os debates e discussões sobre racismo porque não consideram necessários diálogos sobre o tema, exceto “quando este aparece como objeto noticioso, devido à violação flagrante desse ou daquele dispositivo anti-racista ou a episódicos de conflitos raciais” (SODRÉ, 1998).”

- **O recalçamento** – os meios de comunicação e a sociedade em geral costumam ignorar ou menosprezar questões históricas que conferem importância à constituição dos negros na constituição da identidade nacional. A presença da cultura negra não recebe uma devida valorização nem na mídia, e muito menos na história que é ensinada nas escolas, apesar dos mais de 10 anos de edição da Lei n. 10.639/03.

Num país de dominação branca, a pele escura tende a tornar-se um estigma. Na verdade, qualquer tipo de diferença (...) pode ser estigmatizado e suscitar juízos de inferioridade sobre o outro. (...). Com referência ao negro, a mídia, a indústria cultural, constroem identidades virtuais a partir, não só da negação e do recalçamento, mas também de um saber do senso comum alimentado por uma longa tradição ocidental de preconceitos e rejeições. (...). (SODRÉ, 1998).

- **A indiferença profissional** – retrata a falta de sensibilidade de profissionais de comunicação e dos grandes veículos, que não estão interessados em pautas sociais, mas sim naquelas que possam ser lucrativas. Outro ponto importante é o número reduzido de estudantes de comunicação negros e a falta de jornalistas negros nas redações do país. Quando alguns poucos conseguem se inserir no competitivo mercado de trabalho da mídia são destinados para funções “de baixo escalão”, ganhando menos, com pouca ou nenhuma visibilidade.

A mídia organiza-se empresarialmente, com motivações de lucro e poder semelhantes às de outras iniciativas industriais. Diferentemente da imprensa tradicional, que podia bater-se por causas públicas ou políticas, a mídia contemporânea pauta-se pelos ditames do comércio e da publicidade, pouco interessados em ques-

tões como a discriminação do negro ou de minorias. (SODRÉ, 1998).

Ainda que exista uma repórter muito conhecida, como Glória Maria, o universo de repórteres negros com visibilidade pública elevada é infinitamente menor quando comparado com o de brancos. As pequenas mudanças nesse quadro começaram a se processar a partir de 1988, em meio às “comemorações” dos 100 anos da tardia abolição da escravidão no Brasil. Estimulados por uma explosão de manifestações, movimentos e passeatas de negros, a imprensa começou pautar assuntos do universo étnico e dar mais voz para protagonistas que se levantavam contra o racismo disfarçado.

Essas mudanças, no entanto, foram produzidas, principalmente, pela aprovação de novas leis, como a proposta do deputado Carlos Alberto Caó (PDT-RJ), aprovada na Câmara Federal em setembro de 1988, que tornou imprescritíveis e inafiançáveis os crimes étnico-raciais, esquentando a discussão sobre o racismo em todo o Brasil.

Sobre essa questão, Ricardo Alexino Ferreira destaca:

O ano de 1988 pode ser considerado um marco, uma linha divisória na maneira como a imprensa vinha se referindo à questão étnica. Vale mencionar que a imprensa nunca ignorou o negro, ao contrário, sempre fez referências a ele, mas de maneira recheada de estereótipos, desprovida de uma análise aprofundada da sua real condição. (FERREIRA *apud* MEDINA, 1996, p.72).

O aumento de espaços para os negros nos meios de comunicação audiovisuais não ocorreu por uma concessão ou ato de humanitarismo dos meios de comunicação. Na

verdade, esse assunto foi tratado na Lei n. 4.370/98, de autoria do então deputado federal, hoje senador pelo PT-RS, Paulo Paim. Essa Lei definiu que toda atração audiovisual (a televisão, o cinema, as peças de teatro, etc.) deve ter um mínimo de 25% de presença obrigatória de afrodescendentes. No âmbito da publicidade o percentual sobe para 40%.

Não se pode perder de vista, no entanto, que foi o movimento dos negros que alavancou e acelerou essas mudanças. O próprio fato dos dois parlamentares, autores das leis, citadas anteriormente, serem negros já demonstra que os afrodescendentes se organizavam para eleger seus representantes e esses assumiam seus papéis em defesa dos direitos sonegados a toda essa população.

É possível dizer que se não fossem as leis, os meios de comunicação poderiam ter permanecido por muito mais tempo ignorando a necessidade de espelhar nas páginas, nos programas e nos espetáculos a presença do negro na sociedade. No entanto, mesmo que sejam sublinhadas as atuações de determinados repórteres e algumas matérias isoladas, é inegável que a chamada “grande imprensa” se esquivava do assunto; e até hoje a questão ainda não foi debatida de forma aberta e com mudanças visíveis.

Ao invés de não ser racista e combater o racismo, as empresas jornalísticas preferiam parecer não racistas, assim como preferem, até hoje, parecer “imparciais” com relação à política e aos grupos que estão no poder. De qualquer forma, é perceptível a mudança das linhas editoriais e dos conteúdos étnico-raciais nos meios de comunicação, ainda que sob o forte argumento da necessidade de cumprir as novas leis.

Essa mudança recente nos meios de comunicação trouxe à tona dois pontos importantes: o contexto e o conteúdo das notícias sobre o negro. Claro que não se pode ignorar que todas as demais pautas, passam pelo “pente-fino” das agências de notícias e outras estruturas que determinam os assuntos e as abordagens que serão levados a público através dos meios de comunicação.

Não se trata de uma opção editorial ou uma questão mercadológica, apenas. É uma postura ideológica que ultrapassa a compreensão de um primeiro olhar. Os meios de comunicação acabam agindo como colaboradores e até mesmo propositores de um procedimento brutal que transforma o discriminado (negro) em um agente que reproduz o discurso discriminatório.

No Brasil, como aconteceu entre os norte-americanos, a inserção dos negros em programas de TV, comerciais, novelas e outros tipos de produtos midiáticos só aconteceu de fato após a aprovação de leis criadas para garantir esse direito. Mesmo assim, a mídia étnica no Brasil ainda é uma iniciativa isolada e pouco difundida. As iniciativas, muito incipientes, ainda não conseguiram ganhar uma visibilidade consequente e representativa ao tamanho da população de afro-descendentes no Brasil, como relata Joel Zito Araújo:

*As entidades negras participaram desse processo desenvolvendo produções em parceria com outros grupos étnicos estando presentes em experiências como as TVs de Rua do Recife (...). A única experiência de programa de TV que emergiu da comunidade negra voltada para a própria comunidade, de que tivemos informação, foi o programa Afro-Reggae na TV Educativa de Salvador (...). (ARAÚJO *apud* MUNGANGA, 1996, p. 248).*

O fato de que a maioria dos trabalhadores de pele negra recebe menos que os seus colegas brancos⁹ deveria ser relevante também. Imaginem: “A diferença de salário entre brancos e negros/pardos diminuiu em 2015. Ainda assim, os trabalhadores negros ganharam, em média, 59,2% do rendimento dos brancos no ano passado.” (UOL, 2017). No entanto, esse tipo de informação fica na gaveta, assim como qualquer conteúdo que debata a questão dos preconceitos étnicos no Brasil.

Em um caso recente de flagrante preconceito e de agressão verbal totalmente tipificada como racismo perante a lei, uma comerciante de Brasília foi solta 24 horas depois de presa por ter injuriado e ofendido duas funcionárias de um salão de beleza¹⁰ (vídeo gravado por outra cliente mostra tudo em detalhes). Ela, uma estrangeira, foi posta em liberdade por decisão de um juiz, mesmo sendo o crime inafiançável.

Qual foi a cobertura dos meios de comunicação para o caso? A previsível, totalmente sensacionalista, com amplos detalhes no dia do ocorrido e nenhum debate quando da soltura da agressora. A maioria da sociedade fica com a impressão de que a mulher foi punida e a falta de discussão sobre o fato e o assunto (conjuntura e estrutura sociais) diminui a importância de tudo e “economiza” o capital simbólico da classe diri-

⁹ Ver em: <<http://www.cartamaior.com.br/?/Editoria/Direito-s-Humanos/Pesquisas-expoem-as-multiplas-faces-do-racismo-no-Brasil/5/11775>> e <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/especial/fj2403200213.htm>>. Acesso em: 3 jan. 2017.

¹⁰ Ver em: <http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/cidades/2014/02/16/interna_cidadesdf,413132/justica-do-df-concede-liberdade-a-australiana-que-agrediu-manicures.shtml>. Acesso em: 3 jan. 2017.

gente. O pensamento de que não foi nada tão grave, “afinal eram negras”, continua subjacente.

Literatura infanto-juvenil

É lógico que as desigualdades representam uma construção social que é reforçada através da Educação e da Cultura. Por exemplo, a literatura infanto-juvenil há muito pouco tempo passou a retratar personagens negros como protagonistas em diversas histórias. Praticamente até os anos 80, todo o tipo de literatura em que o negro era retratado, ou estava escravizado ou inferiorizado por questões de classe ou, até mesmo, explicitando o preconceito étnico-racial. Isso pode ser identificado em Monteiro Lobato, “Reinações de Narizinho”; em Érico Veríssimo, “As Aventuras do avião vermelho”; Maria José Dupré, nos livros “A montanha mágica e A ilha perdida”; e “Cazuza”, escrito por Viriato Corrêa.

Luiz Fernando França escreveu a dissertação de mestrado “Personagens Negras na Literatura Infante e Juvenil brasileira: da manutenção à desconstrução de estereótipos” e chegou a essas conclusões, em 2006:

Considerando os cruzamentos sempre existentes entre a literatura e os fatores sociais, acho viável concluir que a presença do negro na literatura infantil e juvenil nacional que no passado sustentou formas de inferiorização no negro, hoje busca mecanismos de desconstrução de tais estereótipos. (FRANÇA, 2006, p. 159).

O autor resume um quadro que abrange, principalmente, a primeira metade do século XX até o início do XXI. Embora tenhamos tido um aumento da produção de livros que tenham personagens negros protagonistas, os números ainda são bem desfavoráveis. Isso acontece porque ainda persistem

produções que reafirmam o preconceito, como no livro “As bonecas de Fernanda”, que foi distribuído pela prefeitura de Salvador ainda em fevereiro desse ano¹¹. Na obra são citadas duas bonecas, uma loira linda e outra feia, que tem pouco cabelo de tanto que já foi puxado para pentear ou para “tentar” parecer mais bonito.

Em 2011, entidades que representam os negros em Londrina entraram na justiça para retirar de circulação a coleção “Vivenciando a cultura afro-brasileira e indígena”, eram cinco volumes produzidos pela editora Ética do Brasil e distribuídos em todo o território nacional. Na obra apareciam passagens em que um menino branco urina em um menino negro. A esses exemplos poderiam ser acrescentados outros tantos que, por serem tão contemporâneos, se transformam numa prova de que a questão étnico-racial ainda permanece sendo tratada como se não existisse discriminação ou, pior, como se a “culpa” pelo racismo fosse do negro, da vítima.

Esse raciocínio foi apresentado por Kabengele Munanga em entrevista à revista Fórum “Nosso racismo é um crime perfeito, porque a própria vítima é que é responsável pelo seu racismo, quem comentou não tem nenhum problema” (MUNANGA, 2012). Análises recentes de livros didáticos mostram que o antropólogo tem razão.

Não se percebe uma mudança significativa na produção de livros didáticos-pedagógicos. O que pesa bastante nessa relação é a quantidade avassaladora de livros

¹¹ Ver em:

<<http://www.tribunadabahia.com.br/2013/02/20/vereador-silvio-humberto-denuncia-racismo-em-livro-didatico-para-criancas>>. Acesso em: 3 jan. 2017.

didáticos e de literatura infantil e infantojuvenil produzidos a partir da perspectiva europeia. É como sublinhou Heloisa Pires Lima:

Se os universos literários europeus entraram para a memória em quantidade e em qualidade, basta perceber sua presença nas nossas bibliotecas. Cabe a equidade a reequilibrar repertórios criados por outras geografias. E, sobretudo, a importância africana para o caso brasileiro. É fato a necessidade de superar uma ruptura histórica de produção de saber nessa ascendência relevante para a identidade de ser brasileiro. Temos o direito à continuidade dos saberes transmitidos entre a orelha, a língua e a mão que os transforma em letras. (LIMA, 2009, p 105).

O capital simbólico que se identifica na maior parte da literatura brasileira, tanto didático-pedagógica como de ficção, contribui para manter o pensamento que Munanga denunciou e que Paulo Vinícius Baptista da Silva já estudou em Curitiba. Nos meios de comunicação em geral ainda há muito espaço a ser ocupado por conteúdos que possam colocar o negro numa situação de sujeito da História, em oposição ao atual sistema que só apresenta os negros como extras, renegados, sem reconhecer sua história e sua trajetória de cidadania dentro da sociedade.

Considerações finais

A partir destes dados é possível perceber que não estamos na direção de uma “democracia racial”. Ao contrário, caminhamos para a naturalização do racismo, principalmente aqueles reforçados por ideias retrogradadas e pseudo conceitos que naturalizam preconceitos e são decisivos para uma ampliação do conservadorismo e da não ob-

servação da política mundial dos Direitos Humanos.

A histórica e permanente relevância de tomada de ações positivas que enfatizem e remetam diretamente à promoção de debates sociais amplos, plurais, democráticos e emancipatórios focados nas questões pertinentes ao preconceito étnico-racial consiste na imperativa tradução dos atos de ver e ouvir a realidade vivida por suas genuínas vítimas. O pequeno volume de dados coletados e analisados nesse texto mostra que a cobertura da maioria dos grandes meios de comunicação do Brasil tenta passar a ideia que os brasileiros vivem uma confortável “democracia racial”, quando na verdade (incentivados por esses meios que sonégam a realidade) vivemos uma constante naturalização do racismo.

O trabalho com a produção teórica de Bourdieu, Thompson, Munanga, Silva e Sodré (entre outros), tornou possível a percepção de que os meios de comunicação hegemônicos produzem bens simbólicos que contribuem enormemente para o não debate social sobre questões fulcrais, como o preconceito étnico-racial.

Desta constatação advém o ato de contribuir em direção a aprofundar a pesquisa no que se refere ao conhecimento sobre o que é e o que representa o bem simbólico no contexto da sociedade extremamente midiaticizada que vivemos hoje. A esta altura podemos dizer que promover, na esfera comunicacional, a ruptura com o preconceito étnico-racial institucionalizado (assim como todo e qualquer preconceito!) é evidente, em toda a sociedade e, diretamente, na seara em foco.

Referências

- ARAÚJO, J. **A negação do Brasil**. São Paulo: Senac, 2000.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.
- FRANÇA, Luiz Fernando. **Personagens Negras na Literatura Infante e Juvenil brasileira: da manutenção à desconstrução de estereótipos**. Dissertação (Mestrado em Estudos de Linguagem) - Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), Cuiabá: UFMT, 2006, 164 pp.
- HERZ, Daniel. **A História Secreta da Rede Globo**. Porto Alegre: Editora Tchê!, 1987.
- IBGE. Características Étnico-Raciais da População. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/caracteristicas_raciais/default_zip.shtm>. Acesso em: 5 jan. 2017.
- LE MOS, Nina. “Cisne negro”. **Revista TPM**, n 141. São Paulo: Trip Editora: 14 abr. 2014.
- LIMA, Heloisa Pires. Entre a orelha, a língua e a mão: a origem africana para o leitor infantil e juvenil. **Scripta**. Belo Horizonte, v. 13, n. 25, p. 93-105, 2º sem. 2009.
- MEDINA, Cremilda. **Povo e Personagem**. Canoas, Editora da ULBRA, 1996.
- MUNANGA, Kabengele. “O anti-racismo no Brasil”. MUNANGA, Kabengele. (Org.). **Estratégias e políticas de combate à discriminação racial** – São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo: Estação Ciência, 1996.
- MUNANGA, Kabengele. Nosso racismo é um crime perfeito. **Revista Fórum**, São Paulo, 9 fev. 2012. Entrevista concedida à amila Souza Ramos e Glauco Faria. Disponível em: <<http://www.revistaforum.com.br/blog/2012/02/nosso-racismo-e-um-crime-perfeito/>>. Acesso em: 10 jan. 2017.
- SILVA, Paulo V. B.; ROSE MB ERG, Fúlvia. Brasil: lugares de negros e brancos na mídia. In: VAN DIJK, Teun (Org.). **Racismo e discurso na América Latina**. São Paulo: Contexto, 2008, p. 73-119.
- SILVA, Paulo V. B. **Racismo em Livros Didáticos**. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.
- SILVA. Paulo Vinicius B. Desigualdades raciais em livros didáticos e literatura infante-juvenil. In: COSTA, Hilton; SILVA. Paulo Vinicius B. (Orgs.) **Notas de história e cultura afro-brasileiras**. Ponta Grossa: Editora UEPG/ UFPR, 2007, p. 159-180.
- SODRÉ, Muniz. Sobre imprensa negra. **Facom**, Juiz de Fora: UFJF, v.1, n.1, p. 23-32, jul./dez. 1998. Disponível em: <http://leccufrj.files.wordpress.com/2008/10/sodre-muniz_sobre-a-imprensa-negra.pdf>. Acesso em: 7 jan. 2017.
- THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**. Petrópolis: Vozes, 1995.
- _____. **A Mídia e a Modernidade – Uma Teoria Social da Mídia**. 9. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.
- UOL. “Diferença cai em 2015, mas negro ganha cerca de 59% do salário do branco”. Disponível em:

<<https://economia.uol.com.br/empregos-e-carreiras/noticias/redacao/2016/01/28/diferenca-cai-em-2015-mas-negro-ganha-cerca-de-59-do-salario-do-branco.htm?cmpid=copiaecola>>. Acesso em: 3 jan. 2017.