

A Cor da Mídia Televisiva: A (in) visibilidade da jornalista negra na televisão paraense¹

Sara Raquel Pinheiro Portal²
Belém, PA

Resumo

Resultado do Trabalho de Conclusão de Curso, o presente artigo é focado em investigar a (in) visibilidade das jornalistas negras na mídia televisiva. Sendo assim, partiu-se do seguinte questionamento: Por que as jornalistas negras não são vistas na mídia televisiva paraense? A hipótese levantada foi a de que essas mulheres passam por um processo de invisibilidade que torna “natural” um padrão estético europeizante e discriminatório. O instrumento de pesquisa foi perguntas à profissionais e telespectadores. O *locus* da pesquisa foram as emissoras, Cultura, Liberal (afiliada à TV Globo) e RBA (afiliada à Rede Bandeirantes), no caso dos jornalistas. Os resultados apontaram que mulheres negras jornalistas não se encaixam no padrão vigente na mídia televisiva e que a invisibilidade profissional dessas mulheres tornou-se tão comum que passa despercebida pelos próprios jornalistas.

Palavras-chave: (In) visibilidade; Mídia televisiva; Etnocentrismo.

Introdução

O Pará, estado pertencente à Amazônia brasileira, tem em sua população forte influência indígena e afrodescendente e, em minoria, branca e parda, oriunda da miscigenação entre os povos. Há grande disparidade socioeconômica e de oportunidades frente ao mercado de trabalho para indivíduos dos diferentes grupos étnico-raciais e de gênero na sociedade “papa-chibé (expressão local para quem nasce no Pará). Essa divergência pode ser percebida no telejornalismo paraense, seja por preconceito, machismo, etnocentrismo ou prevalência dos ideais burgueses que tem a predominância profissionais brancos e de origem europeia, o fato é que no referido mercado de trabalho a pluralidade étnico-racial inexistente, os negros e indígenas são marginalizados e destinados às funções que lhes permitam ficar por trás das câmeras. Devido à dupla carga de preconceito, mulheres negras no telejornalismo paraense são peças raras e não são vistas frente às câmeras na atualidade. Apresentadores e repórteres são submetidos à análise quanto à cor da pele, tipo físico, tipos de cabelo e para

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste realizado de 19 a 21 de maio de 2016. Resultado do Trabalho de Conclusão de Curso em 2011.

² Graduada em Comunicação Social – Jornalismo/Faculdade de Estudos Avançados do Pará – FEAPA, email: saraportal@hotmail.com

aqueles que não se encaixam em um determinado perfil, há pouquíssimo espaço frente às câmeras. Essa é uma realidade no cenário nacional e não é diferente no Pará.

Em função disso, levantou-se o seguinte questionamento: Por que as jornalistas negras não são vistas na mídia televisiva paraense? Como hipótese, tem-se a de que essas profissionais passam por um processo de invisibilidade que torna “natural” um padrão estético europeizado e discriminatório. Como objetivo geral, investigou-se a (in) visibilidade das jornalistas negras na mídia televisiva paraense e como objetivo específico buscou-se:

- Investigar a percepção dos jornalistas com relação a essa (in) visibilidade e;
- Investigar a percepção dos telespectadores quanto a essa (in) visibilidade.

O Guia para Jornalistas sobre Gênero, Raça e Etnia³ foi outra pesquisa estudada como ferramenta de grande importância para a conscientização dos profissionais do Jornalismo sobre como a mídia pode contribuir para a erradicação do racismo e do preconceito sofridos pelas minorias marginalizadas da sociedade, dentre as quais, as mulheres jornalistas e negras, objeto deste estudo.

Foi de fundamental importância discorrer sobre a padronização estética, a ausência de diversidade étnico-racial no telejornalismo brasileiro e como, através de ferramentas de manipulação da opinião pública, estes temas são transmitidos ou não pelos telejornais, influenciando a percepção da sociedade e tendo como consequência a assimilação de padrões pré-estabelecidos, dentre os quais o da naturalidade da figura branca frente às câmeras da TV; em seguida apresentaram-se os resultados e as discussões sobre o tema.

Identidade, Gênero, Invisibilidade e a cor do jornalismo televisivo

Discutir identidade, seja ela cultural ou social, em um mundo capitalista, é falar da marca registrada de alguém. Segundo Hall (2005), há uma crescente transformação nos conceitos e comportamentos identitários desde o século XX e alguns dos fatores, pode-se dizer, são as novas tecnologias e a indústria cultural, cada vez mais presentes em diferentes sociedades, misturando-se com raças, etnias e sexualidade.

Identidade

É a forma como a pessoa se enxerga em determinada comunidade ou grupo social

³BASTHI, Angélica. *Guia para Jornalistas sobre Gênero, Raça e Etnia* / Angélica Basthi (organização e elaboração) Brasília: ONU Mulheres; Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ); Programa Interagencial de Promoção da Igualdade de Gênero, Raça e Etnia (Fundo de Alcance dos Objetivos do Milênio, F-ODM), 2011.

visto pelo prisma, muitas vezes, da indústria cultural a que é submetida de maneira imposta ou livre. É, portanto, o registro de cada indivíduo. “Isso está fragmentando as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que, no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais” (HALL, 2005. p. 9).

Ao tratar de identidade, Santos (2010), afirma que ela é relacional, ou seja, a identidade é marcada pela diferença social e/ou cultural.

Esta identidade marcada pela diferença tem símbolos concretos que ajudam a identificar nas relações sociais quem é, por exemplo, mulher e quem não é. Assim, a construção da identidade é tanto simbólica quanto social e a luta para afirmar uma ou outra identidade ou as diferenças que os cercam tem causas e consequências materiais. (SANTOS, 2010, p.1)

Entende-se, portanto, que o processo de descoberta do indivíduo está diretamente ligado à diferença que ele faz ou da forma como se percebe na comunidade. A isso podem ser atribuídos fatores sociais, econômicos e culturais que influenciam no que se pode chamar de crise de identidade, principalmente ligada à indústria cultural e à velocidade no mundo pós-moderno. O processo de construção da identidade de qualquer cidadão passa pela relação de poder que ele tem sobre ele mesmo, uma vez que a teoria de pertencimento flui de acordo com o ambiente em que aquele indivíduo está inserido. Segundo Santos,

A identidade e diferença estão, pois, em estreita conexão com a relação de poder: o poder de definir a identidade e de marcar a diferença não pode ser separado das relações mais amplas de poder. A identidade e a diferença não são, nunca, inocentes. (...) Quem tem o poder de representar tem o poder de definir e determinar a identidade. (SANTOS, 2010, p.2)

Talvez o ponto mais crítico desse processo seja a autoaceitação social que cada cidadão é obrigado a ter mesmo quando criança, o que gera, desde muito cedo, um conflito. Santos (2010. p. 2) afirma que: (...) a existência da crise de identidade deve-se a fatores como: a globalização que dá origem a migração dos trabalhadores, sendo a migração um processo característico da desigualdade em termos de desenvolvimento. O eurocentrismo, ou seja, ter a Europa como referência cultural e social, é evidenciado em programas televisivos jornalísticos ou não, e isso se reflete na mudança de comportamento de crianças, jovens e adultos. Quando se fala do fazer jornalístico, o processo de construção da grade de programação voltada ao público negro, ao longo do tempo, tem se mostrado mais diversificado, o que não significa necessariamente produções positivas ou relevantes. Garantir o direito à igualdade e a não discriminação a todo cidadão brasileiro é constitucional, porém as faces que a grande mídia utiliza para tais veiculações são questionáveis. A Lei 4.117 do Código Brasileiro de Telecomunicações coíbe a prática de racismo sob pena de suspensão

do funcionamento das empresas de comunicação. Isso, porém, não assegura a livre expressão da mulher negra atuando em programas jornalísticos, por exemplo.

As principais emissoras de TV detêm de forma intencional o padrão europeu de jornalistas para a apresentação de telejornais, por exemplo, que se baseiam em cor, traços físicos e textura dos cabelos. É o que chamamos de embranquecimento midiático. Para Araújo (2010), conceituar a beleza física deveria ser uma expressão genuína e autêntica, o que não ocorre nos programas jornalísticos nacionais e nem locais.

Gênero

A histórica desigualdade entre homens e mulheres nos mais diversos âmbitos da sociedade ainda parece longe de chegar ao fim. Apesar de ocuparem os mesmos cargos e posições dos homens no mercado de trabalho, os salários das mulheres são, na sua maioria, inferiores ao dos trabalhadores do sexo masculino. A crescente violência doméstica, que tem as mulheres como as maiores vítimas, é também outro exemplo clássico de que a opressão contra o sexo feminino ainda permanece latente na sociedade. A cultura machista instalada, seja em peças publicitárias ou programas televisivos e alimentada pelas segregações, torna cada vez mais comum a opressão contra a mulher.

Construir uma sociedade em que haja igualdade entre os gêneros é um desafio complexo. O tema vem sendo cada vez mais discutido em congressos, simpósios e conferências em toda a parte do globo. Numa reunião de líderes de países do mundo inteiro, denominada de Cúpula do Milênio, realizada no ano 2000, foram criadas oito metas de desenvolvimento social com a finalidade de serem atingidas em 2015. Entre elas está a meta 3, que se compromete em promover a igualdade entre gêneros e o empoderamento das mulheres.

Segundo Barroso (2004), os resultados do empoderamento da mulher são determinantes para a construção de uma sociedade mais igualitária, pois conduz ao

(...) aumento do potencial de geração de renda, da autonomia nas decisões pessoais, do controle sobre a própria fertilidade e da maior participação na vida pública”. (BARROSO, 2004. p. 575).

Os estudos divulgados pelo relatório acima, reafirmam a complexidade da construção de uma igualdade de gêneros. A luta das mulheres por melhores espaços e maior valorização na sociedade não é uma luta isolada dos demais grupos sociais oprimidos e muito menos uma luta apenas de gênero.

Em um mercado que inicialmente era predominantemente masculino, em 2006, segundo dados do Ministério do Trabalho, “52% das vagas de jornalista eram ocupadas por mulheres”, (CASADEI, s/d. p. 2). No entanto, em telejornais, há a presença significativa de homens como âncoras, restando às mulheres papéis na produção e edição. Até que ponto, os critérios de privilégio são adotados para a definição ou seleção de um perfil masculino, feminino ou neutro? A origem do Jornalismo é européia e, portanto, é simples entender que traços ideológicos permaneçam ainda no Jornalismo que temos no Brasil contemporâneo.

Invisibilidade

O termo “visível” pode ser relacionado a inúmeros pontos da condição humana. Tornar algo ou alguém notável não necessariamente está atrelado à posição de destaque daquele indivíduo na sociedade com o poder aquisitivo que este possa obter, mesmo que esses detalhes estejam condicionados principalmente às influências do capitalismo, aos fatores sociais e econômicos. É intrínseco do ser humano buscar por reconhecimento, prestígio, querer ser notado, seja no trabalho ou na família. Isso não acontece apenas em pequenos grupos sociais, mas também entre povos, raças e etnias muito distintas. O simples fato de olhar o outro e encontrar nele costumes, valores e crenças diferentes, pode causar, em alguns, certa repulsa. O homem não está apto a tratar a diferença do outro com tranquilidade. Sobre este assunto, Rocha (1994), diz:

De um lado, conhecemos um grupo do “eu”, o “nosso” grupo, que come igual, veste igual, gosta de coisas parecidas, conhece problemas do mesmo tipo, acredita nos mesmos deuses, casa igual, mora no mesmo estilo, distribui o poder da mesma forma empresta à vida significados em comum e procede, por muitas maneiras, semelhantemente. Aí então de repente, nos deparamos com um “outro”, o grupo do “diferente” que, às vezes, nem sequer faz coisas como as nossas ou quando as faz é de forma tal que não reconhecemos como possíveis. E, mais grave ainda, este “outro” também sobrevive à sua maneira, gosta dela, também está no mundo e, ainda que diferente, também existe. (ROCHA, 1994, p. 8).

Portanto, compreender a diferença do outro pode ser considerado ameaça por ferir a própria identidade social e cultural. O ato de (pré) julgar comportamentos, costumes e/ou conceitos linguísticos é feito a todo instante, em qualquer grupo social; é o momento em que prevalece o próprio olhar, a própria culinária, o próprio sotaque a própria cor. Seria isso valorização da identidade? Ou tal comportamento abre lacunas para desigualdade e dominação social? “O Selvagem é o que vem da floresta, da selva que lembra, de alguma maneira, a vida animal. O outro é o “aquém” ou o “além”, nunca o “igual” ao “eu”. (ROCHA,

2004, p.10). Ainda segundo Rocha (1994, p. 10), o etnocentrismo consiste em “privilegiar um universo de representações propondo-o como modelo e reduzindo à insignificância os demais universos e culturas “diferentes”.

A televisão é o instrumento capaz de intervir significativamente nas opiniões e comportamentos do indivíduo, através dos telejornais ou programas de entretenimento. É a chamada aculturação da população. Cananéa (s/d.) afirma que o processo de aculturação é ligado ao empobrecimento da população não apenas no âmbito social, mas também no econômico, deixando-o perverso e excluindo a participação da comunidade com a imposição de conteúdos, modas e linguagens, implicando, assim na forma de vida sem que tal intervenção seja percebida.

Araújo (2000) discute a ideia de branqueamento da sociedade como iniciativa e financiamento do próprio governo brasileiro, que incentivou a vinda de trabalhadores europeus e, assim, forçou o bloqueio da expansão de negros e índios com os brancos:

É o que podemos ver através de dois decretos. O primeiro, de 28 de junho de 1890, determinou que os agentes diplomáticos e cônsules brasileiros e a polícia dos portos deveriam impedir a entrada de “criminosos, mendigos, indigentes e indígenas da Ásia e da África”. Os africanos e asiáticos só poderiam ser admitidos mediante autorização do Congresso Nacional. O segundo, o Decreto-lei nº 7.967, de 18 de junho de 1946, estabeleceu que: “migrantes serão admitidos de conformidade com a necessidade de preservar e desenvolver o Brasil, na composição de sua ascendência européia”. (ARAÚJO, 2000, p. 27-8).

A desigualdade gerada pela intensa disputa por espaço na sociedade é também fruto das várias faces do capitalismo, que cultua o individualismo e a velocidade tecnológica, agregando valores superficiais. Assim, não há tempo para se preocupar e nem atentar para a necessidade do outro. É bom que se entenda que a palavra “desigualdade” não está condicionada às questões econômicas. É desigual, portanto, o pobre, negro ou a mulher não se sentirem pertencidos nas programações televisivas que, em linhas gerais, não retratam a realidade de cidades ou países menos desenvolvidos. Não é igual o tipo de educação dada ao filho do pedreiro e ao filho do empresário, o sistema de saúde pública e o privado, o acesso à universidade pública e à particular. Em todos esses exemplos, há dominados e dominadores. Essa relação clara de poder só acontece por causa do sistema que a envolve, o capitalista.

Artigos de diferentes autores discutindo o papel do negro na televisão deram origem ao livro organizado por Joel Zito Araújo (2010), *O negro na TV pública*, que levanta a discussão do quanto a televisão brasileira se pauta pela grade de programação da Europa, na qual se encontra pessoas brancas, magras e altas, realidade bem oposta à brasileira. O trabalho

de tornar invisível a figura do homem ou da mulher na sociedade é trabalhado de forma proposital ou não pela TV. Para Araújo (2010), a inserção do negro na telenovela se restringiu, por muito tempo, a subalternidade, ou seja, o negro era o escravo, o empregado e o bandido. Essa aceção de pessoas na televisão não está condicionada a novelas, mas também a peças publicitárias, conforme Araújo (2000):

Empresários, publicitários e produtores de tevê, como norma, optam pelo grupo social branco, nos processos de escolha dos modelos publicitários, na estética da propaganda e até mesmo nos critérios de patrocínio ou apoio a projetos culturais. É uma constante a negativa de incentivo cultural aos programas de tevê voltados para a população afro-brasileira, normalmente sob alegação de não haver retorno comercial. (...) Na lógica dessa maioria, preto é igual a pobre, que é igual a consumo de subsistência. (ARAÚJO, 2000, p.39).

Essa visão estereotipada aos poucos tem sido modificada, mas ainda é um processo longo. Por vezes, o próprio negro não se reconhece como tal por acreditar que em toda história da televisão nunca ocupou papel de destaque e, assim, acaba por “aceitar” sua posição de coadjuvante na tela. Parece estranho, mas quantos jornalistas negros temos frente às câmeras? E fora delas? Para Araújo (2010)

O mulato foi sempre apresentado como feitor ou capitão do mato nas novelas escravocratas, ou como pequeno comerciante, delegado, subgerente e serviçal intermediário, mas interessado em subir na vida a qualquer preço, suportando a humilhação por sua origem “impura”. (ARAÚJO, 2010. p.28).

A pesquisa realizada por Araújo (2010) consistiu na análise da programação das três principais TV's públicas: TV Cultura SP; TVE RJ e TV Nacional/Sistema Radiobrás DF. Entre 08 e 15 de abril de 2007, nos horários de 7:30 e 00h, observou-se esses conteúdos com o objetivo de “contribuir para uma redefinição conceitual – e de conteúdos – da nova TV pública que está em processo de criação no Brasil” (ARAÚJO, 2010.p. 28). Segundo o autor, no período analisado, apenas 4,1% da programação foi voltada para a cultura negra ou afrodescendente, e de 172 programas, somente três tiveram a temática abordada. Já no quadro de jornalistas negros/as nas emissoras, 93,3% são eurodescendentes e um total de 88,6% apresentadores também. Para Araújo (2010),

Este fenômeno é um reflexo da ausência de políticas públicas para assegurar o direito democrático de todo segmento populacional ter seus semelhantes, com as mesmas características étnico-raciais, ocupando postos relevantes e altamente valorizados, fonte fundamental de autoestima. (ARAÚJO, 2010, p.36).

Sendo assim, essa ausência tanto de negros/as quanto de políticas públicas reforçam, no que privam, a auto-representação, o direito de qualquer raça ou etnia. Dessa

forma, abre-se cada vez mais espaço para que a cultura do branqueamento se instale cada vez mais. O papel do jornalismo não está condicionado à cor da pele, e nem tampouco à textura do cabelo, porém o padrão estético adotado internacionalmente é questionável, assim como a não aceitação da própria identidade cultural e social.

A padronização no telejornalismo

Faz-se necessário, adentrar em uma questão chave para estabelecermos nossos objetivos: a ideia de padronização e criação de estereótipos no telejornalismo. Tal discussão ajudará a compreender, num foco mais abrangente, se a imagem da mulher, enquanto sujeito ativo na construção do pensamento jornalístico, também é enquadrada num padrão estético pré-elaborado; e em que sentido isso dificulta ainda mais seu acesso a locais ou patamares em sua profissão que, historicamente, vêm sendo quase exclusivos por homens.

A própria justificativa para a abordagem do tema em foco se confunde com a importância do telejornalismo na formação da opinião pública. O telejornalismo se torna, assim, sinônimo de credibilidade para a maioria dos indivíduos e os jornalistas procuram transparecer ética e compromisso. Por mais tendenciosa que as informações cheguem à casa das pessoas, o jornalista tenta sempre dar veracidade a informação, demonstrando um compromisso com o “real” e o “correto”. Como declara Oliveira (2008):

A televisão leva o mundo até o indivíduo sem que ele precise sair na rua; torna-o aquilo que ele não é; dita o que é bom e ruim para a sua saúde; mostra o que é feio e bonito e, o que é mais cômodo e ao mesmo tempo prejudicial à sua intelectualidade: transmite informações prontas, sem que ele necessite investir seu tempo em reflexões. (OLIVEIRA, 2008, p. 12 e 13).

Dessa forma, convém destacar a importância da opinião pública, que transparece juízos de valores sobre as mais variadas temáticas, influenciando, sem dúvida nenhuma, nossas opiniões individuais, nossos anseios e perspectivas. O jornalista, como agente ativo na influência da opinião pública através da exposição e análise de temas a serem debatidos na sociedade. Com suas publicações sendo muitas vezes confundidas com a vontade popular, transformando o profissional do jornalismo em um representante da vontade popular, seus pensamentos, indignações e revoltas, tornam-se evidente, então, a importância que a escolha do comunicador tem assumido para esses grupos televisivos. Assim, a padronização estética é uma importante ferramenta, como afirma Baldanza e Abreu (2010):

Neste contexto, observa-se que a difusão de valores estéticos realizada pelas mídias, e em especial pela TV aberta, torna-se essencial para o sustento da ‘indústria cultural da beleza’ que faz com que o indivíduo, na necessidade

de ser reconhecido como parte de um todo, absorva tais valores muitas vezes sem questionamentos. (BALDANZA E ABREU, 2010, p. 91 e 92).

O Papel do Jornalista Afrodescendente na Televisão Brasileira

Tratar-se-á, a partir de agora, da ausência de diversidade étnico-racial no telejornalismo brasileiro e como essa temática é entendida pela sociedade. Posteriormente, pretende-se retratar a situação específica da jornalista negra. Para tal, toma-se por base o artigo “Análise de ausência de diversidade étnica nos telejornais brasileiros”, Acevedo e Trindade (2011)⁴, amparados na Teoria da Figuração Estabelecidos e Outsiders e na Teoria das Representações Sociais.

Os autores concluíram, após análise dos telejornais das principais emissoras de TV de sinal aberto (Cultura, SBT, Globo, Record, Rede TV, Gazeta e Bandeirantes), que o número de apresentadores negros (6,15%) é significativamente menor que o número de profissionais brancos (93,85%) na mesma função, e que esta disparidade é equivalente à apresentada em outros produtos midiáticos como novelas e anúncios publicitários (Ver tabela, p. 11).

Baseando-se na Teoria da Cultivação de George Gerbner, que diz que “repetidas exposições de determinadas representações sociais e modelos estéticos nos meios de comunicação podem resultar em sua aceitação pela sociedade como sendo a expressão fiel da realidade” (Greunke, 2000; Rangel, 2004 apud ACEVEDO E TRINDADE, 2011, p.102 3 103), e na análise dos resultados obtidos na pesquisa, os autores concluem que o quadro de diferença étnica frente às câmeras de TV é prejudicial no que diz respeito à autoestima e à identidade das demais etnias presentes na sociedade brasileira, que são invisibilizadas perante aquela predominante. Sobre a prevalência de figuras brancas na mídia brasileira e as possíveis consequências Acevedo e Trindade (2011) afirmam:

Considera-se ser possível constatar que esta elevada predominância de uma etnia em relação às demais caracteriza um aspecto nômico da sociedade brasileira. Complementarmente a esta argumentação, Baptista da Silva; Rosemberg (2008: 82) afirmam que invariavelmente “o branco é tratado, nos diversos meios discursivos, como representante natural da espécie e as características do branco são tidas como a norma da humanidade”. Araújo (2007: 4) inclusive classifica esta grande predominância de jornalistas brancos como apresentadores de telejornais como “hiper-representação racial”. A ausência de representação de indivíduos afrodescendentes, indígenas e asiáticos em programas jornalísticos implica em perda de autoestima em virtude de não se virem representados na televisão. (ACEVEDO E TRINDADE 2011, p. 101).

⁴ Disponível em: <http://revistaalceu.com.puc-rio.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infolid=397&sid=34> Acesso em 15/11/11.

Devido à grande audiência dos telejornais - já que cada emissora possui sua estratégia para ganhar audiência e fidelizar os telespectadores, destaca-se a “repetição de signos, formas, modelos de programas, cenários, personagens e enredos, cores, gestos e discursos “(Ferreira, 2004: 87 apud ACEVEDO E TRINDADE, 2011. p. 95) -, percebe-se que o telejornalismo se mostra ideal para “a disseminação e reforço de determinados padrões estéticos à sociedade” (ACEVEDO; TRINDADE, 2011. p. 102).

Ainda com base nas pesquisas dos autores acima, a “proporção de jovens afrodescendentes ingressando na carreira de jornalismo tem estado superior a 20% ao longo dos últimos quatro anos”. (ACEVEDO; TRINDADE, 2011, p. 94). De acordo com Lima (1971 apud ACEVEDO; TRINDADE, 2011 p. 94), nas redações os profissionais são minoria e ocupam cargos com “baixas exigências de qualificação”. Percebem portanto, como resultado da pesquisa, grande disparidade entre os indivíduos negros que são apresentadores de telejornal (6,15%), os que trabalham por trás das câmeras (15,3%) e os que adentram na profissão (acima de 20%).

Emissora	Horário	Nome do Telejornal	Apresentadores						Participação Relativa/Progra		Participação Relativa/Emiss			
			Branco			Afro-descendentes			Branco	Afros				
			Masculino	Feminino	Total	Masculino	Feminino	Total					Total Geral	
Cultura	21:00	Jornal da Cultura	Adlo Quiroga	Laila Dawa, Michele Dufor, Adriana Couto	4					4	100%	0%	100%	0%
SBT	05:00	Jornal do SBT Manhã	Hermano Henning	Analice Nicolau	2		Joyce Ribeiro	1	3	66,70%	33,30%	80%	20%	
	21:30	SBT Brasil	Carlos Nascimento		1									
	00:00	Jornal do SBT	Carlos Nascimento	Cynthia Benini	2									
Globo	06:25	Bom Dia SP		Mariana Godoy	1				1	100%	0%	93,10%	6,90%	
	07:15	Bom Dia Brasil	Renato Machado, Alex Escobar, Alexandre Garcia	Renata Vasconcelos, Cláudia Bontempo, Michelle Loreto, Miriam Leitão	7			7	100%	0%				
			12:00	SPTV 1ª Edição	Chico Pinheiro, Carlos Tramontina	Carla Vilhena, Flávia Freire, Rosana Jatobá	5			5	100%			0%
	12:45	Globo Esporte	Tiago Leifert	Glenda Kozlowski	2			2	100%	0%				
	13:15	Jornal Hoje	Evaristo Costa	Sandra Anneberg, Mariana Godoy, Ana Paula Araújo, Rosana Jatobá	5		Zileide Silva	1	6	83,30%	16,70%			
			19:00	SPTV 2ª Edição	Carlos Tramontina, César Trali	Monalisa Perrone	3			3	100%			0%
	20:15	Jornal Nacional	William Bonner, Alexandre Garcia, Chico Pinheiro, Renato Machado, Márcio Gomes, William Waack	Fátima Bernardes, Carla Vilhena, Sandra Annenberg, Renata Vasconcelos	10	Heraldo Pereira		10	100%	0%				
	01:25	Jornal da Globo	William Waack, Arnaldo Jabor, Carlos Alberto Sardeng, Alexandre Garcia	Christiane Pelagio	5			5	100%	0%				
	Record	07:00	São Paulo no Ar	Luciano Faccioli		1			1	100%	0%			100%
08:00		Fala Brasil	Marcos Hummel	Luciana Livero	2			2	100%	0%				
18:10		SP Record	Reinaldo Gottino		1			1	100%	0%				
20:00		Jornal da Record	Celso Freitas	Adriana Araújo	2			2	100%	0%				
Rede TV	19:20	Notícia das 7		Cristina Lyra	1			1	100%	0%	100%	0%		
	21:20	Rede TV News	Rodolpho Gamberini	Flávia Noronha	2			2	100%	0%				
Gazeta	11:00	Gazeta News		Anna Paola	1		Luciana Camargo	1	2	50%	50%	88,89%	11,11%	
	17:50	Gazeta News		Anna Paola	1		Luciana Camargo	1	2	50%	50%			
	18:00	Gazeta Esportiva	Celso Cardoso, Chico Lang, Flavio Prado, Osmar Garrafa	Michelle Giannella	5			5	100%	0%				
	19:00	Jornal da Gazeta	Laert Vieira	Maria Lydia, Anna Paola	3		Luciana Camargo	1	4	75%	25%			
Bandeirantes	07:10	Primeiro Jornal	Fernando Vieira de Mello, Joelmir Beting, Fernando Mitre		3			3	100%	0%	100%	0%		
	07:40	SP Acontece		Flava Cavalcante	1			1	100%	0%				
	17:50	Brasil Urgente		José Luiz Datena	1			1	100%	0%				
	19:20	Jornal da Band	Ricardo Boechat, Joelmir Beting	Ticiano Villas Boas	3			3	100%	0%				
	00:00	Jornal da Noite		Boris Casoy	1			1	100%	0%				
		Total Geral	40	35	75	1	5	6	81	92%	7,40%			
		Total Geral Único	32	29	61	1	3	4	65	93,85%	6,15%			
		Participação Relativa Único	52,46%	47,54%	100%	25%	75%	100%						

Tabela 1: Análise dos telejornais das principais emissoras de TV de sinal aberto
Fonte: Acevedo e Trindade, 2011. p.100.

Analisando a estrutura de telejornais, e levando em consideração tudo o que já foi discutido anteriormente neste artigo, percebe-se que, para o caso da mulher negra e jornalista, a situação é ainda mais preocupante. Mesmo sendo maioria, se comparado ao número de homens negros na função de âncoras (Acevedo e Trindade, 2011), a carga de preconceito para com ela é dupla, “por ser mulher numa sociedade sexista e negra numa sociedade racista” (BARBOSA; SILVA, 2009. p. 51).

A cor da mídia televisiva: análise e discussão

Neste trabalho optou-se pelo estudo de caráter exploratório que segundo Yin (2001), é geralmente mais adequado para responder questões de pesquisa do tipo “como” e “por que”. Além da revisão bibliográfica, foram utilizados dois formulários para pesquisar a (in)visibilidade da figura feminina negra como profissional na mídia televisiva. O *locus* da pesquisa limitou-se às emissoras Cultura, Liberal (afiliada à Rede Globo) e RBA (afiliada à Bandeirantes), no caso dos jornalistas. Houve grande resistência, por parte dos jornalistas. Declarações como “esse fenômeno não existe” e “você deveria pesquisar outro tema” foram frequentes no momento da abordagem. Essa resistência tornou-se mais clara através dos resultados da quinta pergunta – “Quantas jornalistas negras trabalham frente às câmeras nos telejornais locais? E nos bastidores?”. Apesar disso, o instrumento de pesquisa foi aplicado com as seguintes perguntas: Existe um padrão estético na mídia televisiva? Existe um padrão estético europeu na mídia televisiva? Qual padrão de beleza para a jornalista televisiva? Se sim, esse padrão exclui mulheres negras? Quantas jornalistas negras trabalham frente às câmeras? E nos bastidores? Quais motivos supõe para que não haja muitas jornalistas negras na mídia televisiva? Você percebe a ausência de jornalistas negras na mídia televisiva? Existe algum padrão de beleza que contribua para aumentar o preconceito de gênero, raça e/ou etnia? Quais motivos para que o número de jornalistas das regiões sul e sudeste ocupe os espaços na mídia local? Você se sente representado (a) pelas jornalistas negras da mídia local? Você conhece o Guia para Jornalistas sobre Gênero, Raça e Etnia? (Pergunta destinada somente para profissionais).

As respostas foram bem distintas para profissionais e telespectadores. Para jornalistas, pareceu difícil reconhecer a exigência de padrão estético europeu na programação nacional e local. Muitos apontaram como pré-requisitos fundamentais, presença de vídeo e capacidade profissional e não um padrão que exclua as jornalistas negras. Diferentemente dos

telespectadores que facilmente apontaram a preferência por mulheres brancas e de cabelos lisos.

O Guia para Jornalistas afirma que a mídia invisibiliza ou limita a presença de mulheres afrodescendentes e indígenas na grade de programação, fomentando práticas racistas e etnocêntricas. Assim sendo, observa-se que profissionais da televisão local não percebem o número de mulheres negras frente às câmeras e, por conseguinte, não admitem claramente a existência de desigualdade racial em seus locais de trabalho. Na televisão, segue-se um estilo nacional e nele não há a predominância por homens ou mulheres afrodescendentes, no caso, e indígenas.

Quando consultados sobre a quantidade de mulheres negras frente às câmeras o público foi enfático em desconhecer essas profissionais. Já para os jornalistas, pelo menos 20% estão nos bastidores. Mesmo representando a minoria, é mais fácil encontrar, segundo eles, mulheres e homens negros como produtores, fotógrafos ou cinegrafistas do que como apresentadores e repórteres televisivos.

Dentre as emissoras pesquisadas esse quadro mostrou-se difícil de ser mensurado, pois para ter a real quantidade, as empresas precisariam disponibilizar, em forma de cadastro ou ficha funcional, a opção raça/cor, para que cada jornalista pudesse se declarar negro/a ou não. Conforme a matéria Negras e Negros no Jornalismo⁵, publicada em julho de 2006 no site Ciranda Brasil, a Federação Nacional de Jornalistas - FENAJ não possui pesquisas quantitativas de jornalistas negros no mercado. Assim sendo, observa-se a carência de mapeamento sobre o perfil da categoria não apenas em Belém, mas também no Brasil.

Indagados se o padrão de beleza nos telejornais contribui para o preconceito de gênero, raça e/ou etnia, a afirmativa foi acentuada. Dos profissionais, 50% disseram que sim, a padronização estética aumenta a discriminação de jornalistas afrodescendentes. Os telespectadores foram mais ousados, 84% disseram aumentar consideravelmente o preconceito. Sendo assim, a que se deve a minoria de profissionais negras na TV? A invisibilidade ou limitação da presença das mulheres negras é, na maioria das vezes, percebida pelo telespectador, apesar deste ser moldado, estrategicamente, para receber informações, signos, enredos e personagens mais brancos que negros.

O desconhecimento de 78% dos profissionais sobre o Guia para Jornalistas elaborado pela ONU Mulheres é tido como de vital importância para a criação de uma mídia mais plural e igualitária, comprova que os profissionais locais ainda não atentaram para essa

⁵ Disponível em: <http://www.ciranda.net/brasil/ciranda-afro/article/negras-e-negros-no-jornalismo>

problemática. O Guia foi montado para servir de auxílio aos jornalistas (produtores, editores, apresentadores e repórteres) e estudantes de jornalismo na cobertura de assuntos voltados à temática de gênero, raça e etnia, com a finalidade de proporcionar uma mídia mais voltada para os assuntos étnico-raciais e para as questões de gênero.

Considerações finais

O objetivo principal deste trabalho foi analisar a (in) visibilidade de jornalistas negras atuantes no Estado do Pará, especificamente nos telejornais, e como essa presença/ausência étnica é percebida no meio jornalístico e sociocultural ao qual que se refere. Procurou-se verificar quais as causas que levam à marginalização do cidadão negro no mercado de trabalho jornalístico e quais as possíveis consequências que a predominância de jornalistas brancos frente aos telejornais pode trazer para a formação e aceitação da identidade dos paraenses. Percebeu-se que, por muitas vezes, a mídia não dá o mesmo espaço para homens e mulheres, tampouco para homens e mulheres negras. Os brancos, independentemente do sexo, são, indiscutivelmente, a maioria.

Em algumas redações tem-se discutido o papel do negro na TV, mas sempre como personagem, ou seja, reportagens que falem do sistema de cotas nas universidades, sobre a discriminação e demais assuntos, porém o mesmo negro não é discutido na condição de profissional da comunicação. A invisibilidade desse profissional, principalmente a mulher, tornou-se tão comum que passa despercebido pelos próprios jornalistas.

A invisibilidade social, o etnocentrismo, a aculturação, as desigualdades oriundas do capitalismo, a formação de estereótipos de negros na mídia e a sub-representação feminina e negra na televisão brasileira foram alguns dos principais temas debatidos no capítulo que finalizou a fundamentação teórica.

Finalmente, faz-se necessária, portanto, a inclusão destas profissionais na mídia como tentativa de dissolução dos padrões, do preconceito e do racismo na busca de uma sociedade mais plural e igualitária, possibilitando aos diversos grupos étnicos representatividade e valorização cultural. Prova maior disso foi a elaboração do Guia para Jornalistas sobre Gênero, Raça e Etnia (2011), que cobra uma postura mais crítica dos profissionais da área quanto a esse fenômeno tão contraditório em um país cujo crescimento e desenvolvimento contaram sempre com a presença do índio, o nativo, e do negro, o que representaria a verdadeira cor da mídia televisiva não só do Pará quanto do próprio Brasil.

Referências

ACEVEDO, Claudia Rosa. TRINDADE, Luiz Valério de Paula. Análise de ausência de diversidade étnica nos telejornais brasileiros. **Alceu** - v. 11 - n.22 - p. 90 a 108 - jan./jun. 2011. Disponível em: <http://revistaalceu.com.puc-rio.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=34>

ARAÚJO, Joel Zito. **O negro na TV pública**. Brasília: FCP, 2010.

ARAÚJO, Joel Zito. **A negação do Brasil: o negro na telenovela brasileira**. São Paulo: SENAC, 2000.

BARROSO, Carmen. **Metas de desenvolvimento do milênio, educação e igualdade de gênero**. *Caderno de Pesquisa*. Dez 2004, vol.34, n.123, p.573-582. ISSN 0100-1574. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-15742004000300004&lang=pt. Acesso em: 3/11/11.

BALDANZA, Renata F. ABREU, Nelsio R. Reflexões sobre as influências da indústria cultural na difusão de valores estéticos: a TV aberta brasileira e a padronização da beleza. **Mediaciones Sociales**, n. 7, 2º semestre 2010, p. 91-110. ISSN electrónico: 1989-0494. Disponível em: <http://www.ucm.es/>

BARBOSA, Eryl Guedes. SILVA, Silvano Alves Bezerra da. Mulheres invisíveis: a imagem da mulher negra no jornalismo de revista feminino brasileiro. **CAMBIASSU – Revista Científica do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão – UFMA**. São Luís/MA, n. 5, ano XIX. V.I, jan/dez de 2009. Disponível em: http://www.cambiassu.ufma.br/cambi_2009/

BASTHI, Angélica. **Guia para Jornalistas sobre Gênero, Raça e Etnia**. Brasília: ONU Mulheres; Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ); Programa Interagencial de Promoção da Igualdade de Gênero, Raça e Etnia (Fundo de Alcance dos Objetivos do Milênio, F-ODM), 2011.

CANANÉA, Fernando Abath. **Cultura dos invisíveis e educação popular: a expressão cidadã em busca de um processo democrático**. Disponível em: <http://www.prac.ufpb.br/>.

CASADEI, Eliza Bacheга. **A inserção das mulheres no jornalismo e a imprensa alternativa: primeiras experiências do final do século XIX**. Alterjor. São Paulo, ano 2. V. 1. Ed. 3. p. 1-10, jan/jun.2011.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro. 10 Ed. Rio de Janeiro, DP&A, 2005.

OLIVEIRA, Maria Alana Brinker de. **Opinião pública, espelho da televisão: até onde a sociedade enxerga. Uma análise focada em telejornais**. Porto Alegre, 2008. 126 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Relações Públicas) Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2008.

ROCHA, Everardo P. Guimarães. **O que é etnocentrismo**. 10 ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. 95 p. (Coleção Primeiros Passos).