

SOBRE IMPRENSA NEGRA

Muniz Sodré*

> A imprensa negra como fator de importância na luta ideológica anti-racista. Mecanismos de preconceito na grande mídia. A imprensa negra nos anos 90 e suas relações com o mercado de consumo.

A partir da década de 80, os pequenos jornais que começaram a aparecer um pouco por toda parte refletiam em geral as linhas ideológicas e emocionais do “Movimento Unificado contra a Discriminação Racial (MNU)”, que pretendia desmontar o mito da democracia racial brasileira e montar estratégias anti-racistas. Esvanecem-se os discursos reivindicativos e pedagógicos, as preocupações com ordenamento familiar e formação profissional, dando lugar a enunciados de denúncia do preconceito de cor, análises da consciência discriminatória, a informações históricas sobre colonialismo e escravidão, a esparsos juízos afirmativos de identidade negra que procuram resgatar os valores políticos das lutas anti-coloniais na África. Ao mesmo tempo, fundam-se em universidades e fora delas centros de estudo em torno da categoria “cultura negra”, que abrange os cultos, os costumes e os jogos afro-brasileiros.

A importância de uma imprensa negra acentua-se quando se leva em consideração, a exemplo de Van Dijk¹, que os discursos sociais - manuais escolares, diálogos socializantes (pais/filhos, professores/estudantes), programas de radiodifusão, textos jornalísticos, pronunciamentos parlamentares, etc. - desempenham um papel central tanto na produção quanto na reprodução do preconceito e do racismo. Desses discursos provêm os modelos cognitivos e as atitudes relativos às minorias de qualquer natureza, especialmente os negros na sociedade “clara” do Ocidente.

Como esclarece Van Dijk, o discurso atua nos níveis micro e macro, assim como nos registros da interação e da cognição. A mídia funciona no nível macro com gênero discursivo capaz de catalisar expressões políticas e institucionais sobre as relações inter-raciais, em geral estruturadas por uma tradição intelectual elitista que, de uma maneira ou de outra, legitima a desigualdade social pela cor da pele.

A palavra “elitista” não é aqui casual. Sabe-se efetivamente que da influência interativa entre elites de diferentes ordens - grupos de alta renda, ministérios, organizações de trabalho, intelectuais e meios de comunicação de massa - resultam os padrões cognitivos e políticos que orientam os componentes da ação social e do julgamento ético presentes no comportamento racista.

Falar de elite é designar os grupos e as instituições com acesso diferenciado a mecanismos geradores de poder, tais como renda, emprego, educação e força repressiva. São as elites que ocupam, em cada Estado-nacional, sejam as posições de controle direto da mídia, sejam as possibilidades de moldar o seu discurso. Dentro do próprio sistema informativo (jornais, radiodifusão, editoras, agências de publicidade, etc.), constituem-se hoje pequenas elites intelectuais, a que se pode chamar de “logotécnicas”, isto é, especializadas na neo-retórica elaboradora do discurso público.

As elites logotécnicas - editorialistas, articulistas, editores, colunistas, âncoras de tevê, criadores publicitários, artistas, jornalistas especiais - funcionam como filtro e síntese de variadas formas de ação e cognição presentes nas elites econômicas, políticas e culturais coexistentes num contexto social. O racismo ostentado pelas elites tradicionais desde séculos atrás pode ser reproduzido logotecnicamente, de modo mais sutil e eficaz, pelo

discurso midiático-popularesco, sem distância crítica do tecido da civilização tecnoeconômica, onde se acha incrustada a discriminação em todos os seus níveis.

Esse racismo aloja-se em novas modalidades institucionais - no sentido dado por Mauss à palavra “instituição”, ou seja, modo de fazer ou de pensar independente do indivíduo. O racismo midiático é, assim, suscitado por fatores da seguinte ordem:

1 - A negação - Do mesmo modo como as elites de hoje rejeitam o racismo doutrinário ou evitam a pecha de “sujeitos da discriminação”, a mídia tende a negar a existência do racismo, a não ser quando este aparece como objeto noticioso, devido à violação flagrante desse ou daquele dispositivo anti-racista ou a episódicos conflitos raciais. De uma maneira geral, porém, as elites logotécnicas, ao contrário das elites identitárias do passado, tendem a considerar “anacrônica” a questão racial, deixando de perceber as suas formas mutantes e assim contribuindo para a reprodução de fenômenos em bases mais extensas.

2 - O recalçamento - Tanto no jornalismo como na indústria cultural em seus diferentes modos de produção, costuma-se recalcar aspectos identitários positivos das manifestações simbólicas de origem negra. Assim é que, quando se fala de vitalismo cultural da música popular brasileira, não se acentua suficientemente a sua proveniência nem o papel tático que tem desempenhado nas relações inter-raciais. O mesmo acontece quando se trata de vultos importantes da História, das artes, da literatura. É freqüente encontrarem-se profissionais competentes da mídia completamente ignorantes no que se diz respeito à História do negro no Brasil ou nas Américas.

3 - A estigmatização - Goffman distingue identidade social virtual (aquela que se atribui ao outro) de identidade social real (conferida por traços efetivamente existentes)². Na passagem do potencial/virtual ao real/atual, surge o estigma, a marca da desqualificação da diferença, ponto de partida para todo tipo de discriminação, consciente ou não, do outro. Num país de dominação branca, a pele escura tende a tornar-se um estigma. Na verdade, qualquer tipo de diferença (por exemplo, traços faciais distintos, como entre os hutus e os tutsis em Ruanda) 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. Da identidade virtual nascem estereótipos e as folclorizações em torno de pele escura.

4 - A indiferença profissional - 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 questões como a discriminação do negro ou de minorias. Os profissionais midiáticos acabam dessensibilizando-se com problemas dessa ordem. Por outro lado, é reduzida a presença de negros nas fileiras profissionais da mídia brasileira. Quando indivíduos de pele escura conseguem empregar-se em redações de jornais ou em estações de televisão, mesmo que possam eventualmente ocupar uma função importante, são destinados a tarefas ditas “de cozinha”, isto é, aquelas que se desempenham nos bastidores do serviço, longe da visibilidade pública³.

Nenhuma verdadeira política anti-racista pode implantar-se num sistema discursivo como o dessa grande mídia. A imprensa negra do passado, percebe-se, era política, ainda que não necessariamente partidária: tratava-se de exprimir os anseios ascensionais ou integracionistas de um grupo social pela cor e pela origem escrava. Era uma imprensa,

portanto, impelida pela luta anti-racista, ainda que suas estratégias nem sempre tenham se pautado por posições muito nítidas ou ideologicamente progressistas.

A partir do final dos anos sessenta, com o movimento denominado *Black Soul*, começou-se a discutir em termos políticos a identidade racial no Brasil, sob a desconfiança e a severa vigilância das autoridades ditatoriais. Desde então, no bojo das tentativas de reorganização da sociedade civil frente ao regime militar, o Movimento Negro emergente - constituído de jovens se não com formação universitária, pelo menos com um discurso diretamente influenciado por disciplinas universitárias, como História, Sociologia, Antropologia, mas igualmente pela propaganda dos movimentos negros norte-americanos - passou a caracterizar-se por tomadas de posição agressivas. Estas eram às vezes excessivamente emocionais ou marcadas pelo ressentimento, uma espécie de doença infantil do anti-racismo.

Pari-passu ao fortalecimento de uma consciência etnicista (afirmativa de identificações positivas com a pele negra) junto a jovens, desenvolveram-se em algumas universidades ou à margem delas, grupos de estudo de assuntos negros. Inexiste aqui regularidade dos *Africana Studies* nos Estados Unidos, mas não há dúvidas quanto à formação de núcleos de pesquisa e de promoção cultural capazes de catalisarem as atenções (tanto constantes como esparsas) de intelectuais de destaque e, às vezes, de editores e jornalistas, sempre atraídos pelo vigor da singularidade cultural afro-brasileira (cultos, culinária, ritmos, etc.).

Ao mesmo tempo, desde o início dos anos noventa, alguns prefeitos e governadores começaram a instituir “secretarias de assuntos negros”; criou-se no âmbito do Governo Federal a Fundação Palmares, destinada à promoção da cultura afro-brasileira; um negro elegeu-se prefeito de São Paulo, a cidade mais próspera do país. Cidadãos de pele escura começaram a entrar em partidos políticos, tanto de esquerda como de direita. Um grande número de bandas e grupos musicais negros passou a frequentar os dispositivos da cena pública, sempre com discursos de politização da identidade racial.

Formou-se, assim, uma espécie de base social (clara e escura) para a aceitação da imprensa que viria a implantar-se nos anos noventa, agora sob a égide plena da argumentação mercadológica. Assim é que uma pesquisa realizada em vinte e dois estados brasileiros - “Qual é o pente que te penteia - o perfil do consumidor negro no Brasil”⁴ - revelava que os negros integrantes de 1,7 milhão de famílias, com alto nível de escolaridade (45% de colegial completo e 34% de superior) completa e renda familiar média pouco acima de dois mil dólares mensais, eram atrativos o suficiente para motivar uma grande variedade de negócios.

Surge aí uma questão: de onde provém tal renda, quando se sabe da proverbial inferioridade econômica dos afro-descendentes no Brasil? Há até mesmo alusões de especialistas a um “racismo sócio-econômico”, que “permite aumentar ou reduzir em qualquer zona de espaço-tempo particular o número dos destinados aos papéis econômicos menos remunerados e gratificantes, segundo as necessidades do momento; engendra e recria constantemente comunidades sociais que condicionam as crianças a desempenhar um papel apropriado (mesmo se evidentemente isso os leva a formas de resistência); e fornece uma base não-meritocrática para justificar a desigualdade”⁵.

Este é um ponto bastante polêmico. Há pouco mais de duas décadas, Oliveira criticava, num ensaio hoje bastante conhecido⁶, a hipótese da “redistribuição intermediária”, formulada por M. C. Tavares e J. Serra, segundo a qual a compressão salarial era necessária ao modelo de crescimento econômico vigente na época, para

financiar a inversão e redistribuir o superexcedente para as classes médias. Nesta argumentação, o sistema econômico teria algo como um preconceito de classe e de cor, porque só as classes médias e ricas (brancos, em suma) poderiam consumir. Trabalhadores (pretos e mulatos) não poderiam fazê-lo, devido à compressão dos salários, que funcionaria como mecanismo de transferência de renda para as classes médias.

Para Oliveira, a falha da argumentação estava no fato de que a compressão salarial “transfere os ganhos da elevação da mais-valia absoluta e relativa para o pólo de acumulação e não para o consumo”. A renda das classes médias seria uma *necessidade* da estrutura produtiva em seu sentido global (e não um estado de bem-estar dos favorecidos), já que decorre das exigências técnico-institucionais da nova estrutura industrial e, portanto, das novas ocupações criadas. Isto faria da renda uma exigência objetiva da estrutura produtiva e não um efeito de presumido preconceito de classe ou de cor por parte da acumulação capitalista.

De fato, a acumulação de capital é, em princípio, neutra com relação à cor da pele do agente produtivo. Mas não é absolutamente neutra com respeito aos modelos culturais de incrementação do trabalho e da produtividade ou às múltiplas formas discriminatórias da civilização tecnoeconômica, que se alimentam de uma margem estrutural de pobreza - daí, a hipótese do “racismo sócio-econômico”. No Brasil, como se sabe, aconteceu uma Abolição da Escravatura sem direito ao trabalho, sem reforma agrária e sem uma estrutura político-partidária que reorientasse os conflitos. A mesma matriz social da Colônia reeditou-se no Império, reforçando a segregação, as barreiras sociais. Como a industrialização, cresceu a mobilidade social, acentuada durante o próprio Estado Novo, que ensejou uma mobilidade da clássica organização burocrático-estatal.

É com o Estado Novo que a educação começa a generalizar-se. No Exército Nacional, abrem-se brechas ascensionais para os negros e mulatos⁷. Mas com exceção da Bahia - onde se desenvolveu até o final dos anos 30 uma pequena burguesia negra -, ocorreu no resto do país uma marginalização progressiva do indivíduos de pele escura, mitigada às vezes por oportunidades advindas da migração interzonal (do Norte para o Sul, principalmente) no período de crescimento das grandes cidades. Hoje, a migração observável é intrazonal (dentro do próprio estado), na medida em que as metrópoles entram em queda livre, assoberbadas pelo excesso populacional, pela deterioração de capitais e serviços, pela baixa taxa de natalidade - em franco contraste com o desenvolvimento de cidades de porte médio, para onde tendem a deslocar-se indústrias nacionais e estrangeiras.

Nessa conjuntura, registra-se o fenômeno crescente de famílias *uniparentais* (mãe, diversos filhos e diversos pais), assim como o aumento em escala da miséria, devido à estrutura sócio-econômica excludente. No entanto, a existência de mais de um milhão e meio de famílias negras (há cerca de trinta milhões de famílias no país) inseridas em oportunidades de consumo é perfeitamente cabível dentro desse modelo. Desde meados dos anos oitenta, sob o influxo do neoliberalismo sócio-econômico e da inferioridade do emprego diante do crescimento da população economicamente ativa, o setor informal passou a gerar um volume gigantesco de recursos. Isto ajudaria a explicar o aparecimento de emergentes de pele escura na órbita do consumo. Efetivamente, um estudo da Comissão Econômica para a América Latina (CEPAL) mostrava em 98 que, de cada cem empregos gerados na América Latina entre 90 e 95, cerca de 84 pertenciam à economia informal.

Além disso, o fenômeno obedece também ao mesmo padrão norte-americano de concentração de renda em alguns setores urbanos antes excluídos (em termos de renda, educação e saúde) do resto. Não ocorre, portanto, uma verdadeira e digna integração sócio-

econômica dos descendentes de africanos - que constituem a maioria populacional -, mas nos bolsões de renda concentrada facilmente detectável pelo mercado e simulável como “modernização” pela publicidade. Na verdade, os produtos anunciados em *Raça* são bens semiduráveis de preços acessíveis, barateados pela produção de massas.

Sob uma economia de mercado especulativa, divorciada da vida social ou descomprometida com o fator humano (os governos buscam cada vez mais o puro e simples equilíbrio macroeconômico), confundem-se acúmulo financeiro e instáveis “negócios” com economia realmente produtiva e socialmente integradora. Economistas e sociólogos concordam em que as formas sócio-econômicas de inserção alternativa são limitadas em que é curto o tempo de vida do auto-emprego, além disso sem os benefícios da proteção social ao trabalho (previdência, saúde). Por outro lado, à velha valorização do processo educacional (que dentro de uma economia industrialista acenava com um remanejamento real de ocupações na estrutura produtiva) sucede-se o desejo de pura inserção na esfera do consumo.

Fora dessa esfera mercadológica-midiática, continua preocupante a condição social dos afrodescendentes, marcada pela desigualdade nos níveis de renda e acesso a serviços de educação, saúde e habitação. Tanto assim que, ao mesmo tempo em que alguns analistas (jornalistas, burocratas, acadêmicos) anunciavam em tom esperançoso a existência de uma nova “política de raça” na vida brasileira, um amplo estudo divulgado (1997) pela Comissão Inter-Americana de Direitos Humanos da Organização dos Estados Americanos (OEA) apontava perspectivas sombrias para descendentes de africanos no Brasil. Mostrava, por exemplo, que era escassa a presença de negros nas universidades de boa qualidade, que a sua representação no Congresso era apenas simbólica e que as pessoas de pele clara ganhavam, em média, duas vezes e meia mais do que as de pele escura. A expectativa de vida tanto de crianças quanto de suas mães negras era igualmente muito menor.

Mas houve mesmo, na verdade, a descoberta pelos publicitários de um filão novo de mercado. Há euforia neste fato, tanto da parte deles quanto, é preciso reconhecer, dos virtuais consumidores, os indivíduos de pele escura. Estrategistas de necessidades (publicitários, técnicos em marketing) costumam orientar-se por uma visão superotimista da realidade histórica, bastante diversa da ideologia crítico-catastrofista do jornalismo tradicional. Na simples exteriorização de sinais de renda podem enxergar uma transformação real das condições de existência e agir em conformidade com tal suposição.

Por sua vez, os consumidores virtualmente emergentes num espaço social onde cor e classe estão imbricados, mesmo sem uma efetiva representatividade política (ou seja, sem acesso ao jogo do poder decisório) podem enxergar nas mudanças de superfície um reposicionamento “ontológico” de sua presença no mundo. Auto-imagem e auto-estima são mobilizadores poderosos do ego - alvo prático da visão publicitária das coisas, sustentada pela ideologia do mercado perfeito e sujeito ao equilíbrio “natural”.

Notas

* Professor titular da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

■ Trabalho em andamento.

1. Cf. Dijk, Teun A. Van. *Political Discourse and Racism - describing others in western parliaments*. Paper for the International Conference on “Others” in Discourse. Toronto, May 6-8, 1993. Ver também do mesmo autor *Elites, Racism and the Press*. Paper for

the Congress of the International Association of Mass Communication Research (IAMCR), Guarujá, Brasil, August 16-21, 1992.

2. Cf. Goffman, E. *Stigmaté*. Minuit, p. 57.
3. Vale registrar a respeito deste tópicó que a rede hegemônica de televisão no Brasil (Rede Globo) vem concedendo há muito tempo espaço para uma repórter negra no vídeo. Há algo aí que se poderia chamar de *Know-how* norte-americano na gestão da imagem empresarial: reserva-se um lugar único para uma “colored”, à maneira do sistema de quotas, produzindo-se um simulacro profissional de democracia racial.
4. Pesquisa levada a cabo em 1997 pela empresa Grottera Comunicação.
5. Wallerstein, Emmanuel, cit. por Dias, Patrick. *Un autre partage*. Ed. Erés, Unesco, p.48.
6. Oliveira, Francisco. Crítica da Razão Dualista. In *Estudos Cebrap 2*, edições Cebrap, 1972.
7. Registram-se inclusive oportunidades de acesso a instrumentos musicais até então vedados a descendentes de africanos. Alguns dos instrumentos de sopro que fariam depois as glórias de grandes músicos negros provinham originariamente das fileiras militares.