CEFET/RJ
DIRETORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO

NÃO É MAIS UM MONÓLOGO: MIDIATIVISMO NEGRO DIGITAL, CONTRA-AGENDAMENTO E MÍDIA HEGEMÔNICA NO BRASIL

Glaucia Almeida Reis Blanco

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Relações Étnico-Raciais, do Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca, CEFET/RJ, como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Relações Étnico-Raciais.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Cristina Giorgi
Coorientador: Prof. Dr. Bruno Rego Deusdará Rodrigues

Rio de Janeiro
Agosto, 2019

NÃO É MAIS UM MONÓLOGO: MIDIATIVISMO NEGRO DIGITAL, CONTRA-AGENDAMENTO E MÍDIA HEGEMÔNICA NO BRASIL

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Relações Étnico-Raciais, do Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca, CEFET/RJ, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de mestre em Relações Étnico-Raciais.

Glaucia Almeida Reis Blanco

Banca Examinadora:

_____

Presidente, Professora Dra. Maria Cristina Giorgi (CEFET/RJ) (orientadora)

_____

Professor Dr. Bruno Rego Deusdará (UERJ) (Coorientador)

_____

Professor Dr. Guilherme Nery Atem (UFF)

_____

Professor Dr. Fábio Sampaio de Almeida (CEFET/RJ)

SUPLENTES

_____

Professora Dra. Poliana Coeli Costa Arantes (UERJ)

_____

Professor Dr. Alexandre de Carvalho Castro (CEFET/RJ)

Rio de Janeiro
Agosto, 2019

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Central do CEFET/RJ

B641 Blanco, Glaucia Almeida Reis
Não é mais um monólogo: midiativismo negro digital, contra-agendamento e mídia hegemônica no Brasil / Glaucia Almeida Reis Blanco.— 2019.
150f. + anexo : il. color. ; enc..

Dissertação (Mestrado) Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca, 2019.
Bibliografia : f. 117-124
Orientadora: Maria Cristina Giorgi
Coorientador: Bruno Rego Deusdará Rodrigues

1. Discriminação racial. 2. Mídia (Publicidade). 3. Mídia alternativa. 4. Relações étnico raciais. 5. Racismo. I. Giorgi, Maria Cristina (Orient.). II. Rodrigues, Bruno Rego Deusdará (Coorient.). III. Título.

CDD 305.800981

Elaborada pela bibliotecária Tania Mello CRB-7/ 5507/04

AGRADECIMENTOS

Ao apresentar esta dissertação, que representa a conclusão do meu mestrado no Cefet-RJ, meu atual local de trabalho, que também se tornou meu lugar de estudo e pesquisa, agradeço a oportunidade de novamente poder ocupar uma cadeira em uma instituição pública, gratuita e de excelência. Espero e luto para que muitos ainda possam ocupar tais espaços depois de mim.

Gostaria de iniciar agradecendo a algumas pessoas que foram essenciais para que eu pudesse concluir com êxito esta etapa da minha vida. Em primeiro lugar, agradeço à minha orientadora, Prof. Maria Cristina Giorgi, pelo encontro de almas, pela parceria no olhar, por ser aquela que torna tudo leve, que diz “vamos fazer sim, para de palhaçada”, por ter me acolhido e me ensinado tanto e por ter dado continuidade ao nosso trabalho mesmo no ano mais difícil de sua vida. Obrigada pela sua generosidade, minha amiga, sigamos juntas. Agradeço também ao Prof. Bruno Deusdará, co-orientador desta pesquisa, que concordou em dividir seus preciosos primeiros meses como pai com a leitura e correção atentas desta dissertação. Agradeço à Prof. Fátima Lima e ao Prof. Guilherme Nery, pelos sábios questionamentos e orientações durante a banca de qualificação e ao Prof. Fábio Sampaio, que aceitou o convite para minha banca de defesa, obrigada por ser um professor que acompanha os alunos de perto, sempre disponível a nos orientar e que se envolve por inteiro com a sua profissão.

Faço um agradecimento especial ao meu marido, Frederico Blanco, por ter me incentivado desde a seleção do mestrado até os últimos e difíceis dias de concluir a escrita. Sem seu apoio incondicional, suas palavras e sua energia constante a jornada até aqui teria sido muito mais difícil e pesada. Agradeço à minha família, aos meus pais Alair e Adir, por serem a minha base e vibrarem junto comigo a cada degrau que me disponho a subir, ao meu irmão, Flávio, por ser a minha principal referência política e acadêmica de sempre, e à minha sogra, Heleida, por dividir comigo os muitos finais de semana de confinamento e escrita.

Faço um agradecimento em geral aos familiares e amigos que vibraram positivamente por essa trajetória, em especial às minhas amigas Maiara Barbosa, por compartilhar das mesmas inquietações políticas, profissionais e acadêmicas que eu e ser um dos meus pontos de apoio e inspiração na continuidade desta jornada; à Aline Nascimento, pela disponibilidade em ajudar desde antes do começo; à Natália Romão

e Amanda Palomo por dividirem comigo essa trajetória no PPRER; e à minha amiga e colega de trabalho Thais Moraes, que ouviu diariamente meus desânimos e conquistas nesse ciclo de altos e baixos que foi a pós-graduação.

Finalizo agradecendo principalmente à Deus e a todos os meus antepassados, aqueles que que de alguma forma fazem parte deste momento e deixaram seu legado para que eu chegasse até aqui. Obrigada.

EPÍGRAFE



A irradiante aurora da imprensa negra é efeito colateral do sistema brasileiro. Temos as mãos que construíram a nação, temos as bocas que não se calaram diante do silenciamento. As mesmas mãos agora reescrevem nossa história. As mesmas bocas agora gritam a liberdade! Não somos objeto, não precisamos que falem de nós. Somos o sujeito de nossa própria história.

ALMA PRETA.COM

RESUMO

Não é mais um monólogo: midiativismo negro digital, contra-agendamento e mídia hegemônica no Brasil

Em uma sociedade marcada por divisões raciais ao mesmo tempo explícitas e apagadas, a mídia hegemônica ocupa um papel central na reprodução de operações discursivas coloniais de estigmatização, silenciamento e subalternização da população negra no Brasil. Utilizando os conceitos de necropolítica e biopolítica, a partir dos pensamentos de Mbembe (2006) e Foucault (2005), inicialmente discutimos como o jornalismo, diante de uma histórica "missão" de produção de regimes de verdades para o exercício do poder, tem contribuído para produzir a morte social e simbólica da população negra através de silenciamento e desqualificação das vozes desses sujeitos, sempre tratados como objeto e nunca enquanto vozes autorizadas. Nesse contexto, articulando os campos da comunicação, da linguagem e das relações étnico-raciais e tomando o conceito de linguagem-intervenção (ROCHA, 2006) como norteador desta pesquisa, nos dedicamos a observar como os discursos produzidos por um midiativismo negro digital influenciam e deslocam a agenda da mídia hegemônica na cobertura de notícias que abordem a questão racial, num movimento de contra-agendamento. Para isso, recorremos à análise do discurso de base enunciativa para proceder a identificação de marcas deixadas nas notícias da mídia hegemônica as quais denunciam o seu posicionamento ante as denúncias de racismo alçadas pelas redes, articulando principalmente os conceitos de discurso (MAINGUENEAU, 1989), como um modo de apreensão da linguagem que é ao mesmo tempo linguístico, histórico e ideológico e o conceito de dialogismo (BAKTHIN, 2000) como elemento constitutivo da linguagem. Nossas análises focalizam notícias da mídia tradicional que repercutiram temas tratados no interior das redes de midiativismo negro digital, analisando de que modo se constroem os discursos relativos à questão racial nessas notícias e como elas estão povoadas de enunciados veiculados no ambiente digital, ainda que sob tentativas de invisibilização e de manutenção dos discursos estigmatizados sobre o negro no Brasil.

Palavras-chave: Midiativismo negro digital; Contra-agendamento; Linguagem-intervenção; Mídia hegemônica;

ABSTRACT

It is no longer a monologue: digital black media activism, counter-scheduling and hegemonic media in Brazil

In a society marked by racial divisions that are both explicit and erased, hegemonic media plays a central function in the reproduction of colonial discursive operations of stigmatization, silencing and subalternization of the black population in Brazil. Using the concepts of necropolitics and biopolitics based on the thoughts of Mbembe (2006) and Foucault (2005), we first discussed how journalism, in the face of a historical "mission" of production of truth regimes for the exercise of the power, has contributed to the social and simbolic death of black population through the silencing and disqualification of the voices of these subjects, always treated like object and never as authorized voices. In this context, articulating the knowledge areas of communication, language and ethnic-racial relations and taking the concept of intervention language (ROCHA, 2006) as the guiding of this research, we focus on discover how the discourses produced by a digital black media activism influences and moves the agenda of the hegemonic media to cover news of racial issue, in a counter-scheduling movement. For this, we resort to the enunciative discourse analysis to identificate marks in the news of the hegemonic media which denounce its position on the accusations of racism raised by the networks, mainly articulating the concepts of discourse (MAINGUENEAU, 1989), as a way of apprehending language that is at the same time linguistic, historical and ideological and the concept of dialogism (BAKTHIN, 2000) as a constitutive element of language. Our analyzes focus on traditional media news that reverberate topics raised by the digital black media networks activism, analyzing how the discourses related to the racial issues are constructed in these news and how they are composed by statements from the digital environment, even with attempts to invisibilization and maintenance of discourses stigmatized about black people in Brazil.

Keywords: Black digital media activism; Counter-scheduling; Language intervention; Hegemonic Media;

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 –	Artigo de capa da edição especial do Jornal do Brasil de volta às bancas	27
Figura 2 –	Publicidade do jornal “Folha de São Paulo”	28
Figura 3 –	Escrava Anastácia	35
Figura 4 –	Fotos do corpo de Cláudia Ferreira sendo arrastado pela PM ainda circularam na imprensa quase um ano após sua morte	53
Quadro 1 –	Títulos de notícias publicadas sobre o assassinato de Cláudia Ferreira	53
Quadro 2 –	Listagem de pautas levantadas entre Maio/2017 e Setembro/2018	62
Quadro 3 –	Uso do discurso relatado nos títulos de notícias sobre denúncias de racismo	69
Figura 5 –	Captura de tela do Clipe “Você não presta”, de Mallu Magalhães	70
Quadro 4 –	Relação entre o uso do discurso relatado e as denúncias modalizadas na notícia “Clipe de Mallu Magalhães é associado ao racismo por internautas, entenda” (Jornal Extra)	71
Figura 6 –	Publicidade do papel higiênico *Personal Vip Black*	73
Figura 7 –	Publicidade do papel higiênico *Personal Vip Black*	73
Quadro 5 –	Títulos de notícias sobre denúncias de racismo em relação à campanha do papel higiênico *Personal Vip Black*	74
Figura 8 –	Caixa com link para opção de curtir a postagem da Personal na notícia “Depois de polêmica na internet, marca de papel higiênico preto muda campanha”	75

Figura 9 –	Foto que ilustra a notícia da Folha de São Paulo, destacando Marina Ruy Barbosa como “estrela” da campanha do papel higiênico	76
Quadro 6 –	Título, subtítulo e lide de notícia do Estadão sobre campanha do papel higiênico *Personal VIP Black*	77
Figura 10 –	Publicidade do Metrô Rio na estação Antero de Quental, no Leblon	79
Quadro 7 –	Comparação entre pedidos de desculpas de Mallu Magalhães, Metrô Rio, empresa Santhers e Marina Ruy Barbosa	80
Figura 11 –	Midiativistas negros no vídeo que dá recomendações de sobrevivência para a população negra durante a intervenção federal	84
Quadro 8 –	Comparação entre as notícias do *G1* e do jornal *Estado de Minas* sobre o vídeo “Intervenção no Rio: como sobreviver a uma abordagem indevida”	85
Quadro 9 –	Transcrição de trecho do programa *Estúdio i* de 19/02/18	93
Quadro 10 –	Transcrição de trecho do programa *Estúdio i* de 19/02/18	94
Quadro 11 –	Transcrição de trecho do programa *Estúdio i* de 19/02/18	97
Figura 12 –	Trechos das postagens do midiativista Anderson França e do coletivo Sistema Negro no Facebook sobre a campanha *Black is Beautiful*	102
Figura 13 –	Trecho de artigo no site Geledés sobre a campanha *Black is Beautiful*	103
Figura 14 –	Captura de tela de vídeo no *Youtube* do canal “Enegrecendo as Coisas” sobre a campanha *Black is Beautiful*	103
Quadro 12 –	Comparação entre orientações de segurança do vídeo sobre a intervenção militar e abusos registrados durante a ação dos militares	106

Figura 15 – Foto de guarda-chuva que Rodrigo Serrano segurava no momento do seu assassinato. 108

SUMÁRIO

Apresentação **14**

Introdução **17**

1 Caminhos teórico-metodológicos da pesquisa **21**

1.1 O poder da linguagem além de seu papel representacional 21

1.2 Um olhar sobre a notícia como gênero discursivo de invenção da “verdade” **24**

2 Colonialidade, mídia hegemônica e a (re)produção do racismo **31**

2.1 As relações entre racismo, silêncio e mídia hegemônica no Brasil 32

2.2 O modelo hegemônico de produção das notícias e a interdição de sujeitos e pautas 40

2.3 Necropolítica e mídia: o poder discursivo de tornar vidas negras descartáveis 47

3 Midiativismo negro digital, contra-agendamento e a ruptura com os silêncios instituídos **56**

3.1 A constituição do córpus de análise 61

3.1.1 “Você não presta”: o uso do discurso relatado para relativizar o racismo 68

3.1.2 “Black is beautiful”: o esvaziamento dos discursos de resistência do movimento negro 72

3.1.3 “Vitimização” e “mimimi”: o racismo disfarçado de equívoco 78

3.1.4 “Exagerados” e "cataclísmicos": a desqualificação das vozes negras que gritam contra a intervenção federal 83

3.2 “Notícias-respostas”: uma breve discussão 99

Considerações Finais **111**

Referências **117**

Anexo A **125**

Anexo B **127**

Anexo C **129**

Anexo D **130**

Anexo E **132**

Anexo F **136**

Anexo G **138**

Anexo H **140**

Anexo I **143**

Anexo J **145**

Anexo L **147**

Apresentação

Inicio esta apresentação discorrendo sobre a minha formação acadêmica e o meu local de nascimento, porque como se verá, o próprio percurso traçado entre esses dois fatores se desenhou por deslocamentos, que, em certa medida, contribuíram com a formulação desta pesquisa.

Sou formada em Comunicação Social pela Universidade Federal de Juiz de Fora com ênfase em Jornalismo, e tenho especialização em Gestão Estratégica da Comunicação, pelo Instituto de Gestão e Comunicação (IGEC-FACHA). Na minha jornada profissional, que se iniciou como estagiária de rádio e TV, algumas desilusões com o mercado de trabalho me levaram a escolhas diferentes das que tracei durante a faculdade. Desde que me formei, em 2010, trabalhei com comunicação e marketing digital, o que me despertou o interesse em estudar o poder das redes sociais dentro do panorama da comunicação social, que dava seus pontapés iniciais naqueles anos. Eu percebia que estava diante de rotas de comunicação que não passavam necessariamente pelas velhas empresas de mídia e que isso tinha um poder de mudança muito grande. No entanto, a minha relação com o objeto de pesquisa desta dissertação tem ligações que vão muito além da minha formação profissional.

Nasci e morei durante mais de 20 anos em Belford Roxo, Baixada Fluminense. A primeira vez que me distanciei por longo tempo da Baixada foi para cursar a graduação na cidade de Juiz de Fora, Minas Gerais. Ao retornar, foi impossível não fazer algumas reflexões sobre questões locais que saltavam aos meus olhos. Sair do meu local de origem me permitiu ter uma visão de estranhamento ao que antes era naturalizado. Foi assim que enxerguei pela primeira vez a Baixada como um território formado por migrantes nordestinos, com a maioria da população afrodescendente. Ao começar a trabalhar no Centro do Rio e enfrentar duas horas de trânsito num ônibus ou apertada num vagão de trem, compreendi que morava em uma cidade-dormitório, que abrigava a mão-de-obra operária do Rio de Janeiro, uma parcela da população que só chega em casa para dormir e sair cedo para trabalhar no dia seguinte novamente.

A Baixada Fluminense é uma região que lida com a presença precária do poder público para as coisas mais básicas, como recolher o lixo regularmente ou dar acesso à distribuição de água. Diante da presença e atuação precárias do poder público, a vida das pessoas se desenrola por meio do improviso. E a reiteração dessas

condições de vida cotidiana produzem em nós efeitos de naturalização da precariedade. Desse modo, cresci achando que era “normal” as pessoas terem que se reunir em mutirões, caso fosse preciso construir uma ponte ou desentupir bueiros antes da época das chuvas. O improviso que atinge também a “segurança” pública, proliferando a cultura dos grupos de extermínio e dos justiceiros.

Diante dessas reflexões, comecei a pensar sobre o papel da imprensa carioca na formação da imagem desse território de negros e operários e da autoimagem dos seus moradores. Após quatro anos cursando jornalismo, me dei conta de que, para a mídia hegemônica, a Baixada só se encaixava nos critérios de noticiabilidade que envolvessem uma linha editorial sensacionalista, ligados à violência, à morte e a tragédias. Praticamente não havia pautas de cultura, esporte, nem de política, como a criação de projetos de lei, votações importantes, etc. As redes de TV só apareciam na Baixada no fim do ano e sempre pelo mesmo motivo: enchentes. E foi somente assim que me vi representada na mídia enquanto moradora da Baixada. As imagens aéreas feitas das pessoas com água pela cintura, casas parcialmente cobertas pela água, crianças nadando no esgoto, narrativas do caos. Era comum os repórteres errarem os nomes dos bairros, ou chamar tudo de Duque de Caxias. Eles, evidentemente, só queriam uma imagem chocante de “gente pobre na enchente”.

Todas essas representações da Baixada estavam impregnadas e naturalizadas em mim. Desse modo, parte da motivação para construir esta pesquisa veio da percepção de que a mídia não tem só o papel de informar, mas de formar significados, constituir valores, cunhar crenças e percepções nas pessoas. Diante do acesso aos mecanismos de produção do jornalismo que a graduação e os estágios em veículos da mídia hegemônica me proporcionaram, passei a perceber a invisibilidade desses sujeitos como uma construção discursiva, assim como a formatação da própria Baixada como sinônimo de não-lugar: o faroeste fluminense, a “terra sem lei”, a “terra de Marlboro”, estereótipos que tanto ouvi e que muitas vezes até reproduzi sem refletir. Dessa forma, entendi que o descrédito e a baixa autoestima em relação ao meu lugar de origem tinha uma ligação muito forte com a cristalização desses discursos midiáticos, que adquirem um sentido de realidade estanque, de fato imutável, abrindo um círculo infinito de descaso e abandono.

A reflexão de como as representações midiáticas e as memórias construídas pelo jornalismo acerca da região da Baixada Fluminense influenciam na auto representação dessas pessoas me levou a uma outra constatação: a de como essa cobertura estigmatizada tinha a ver com uma questão de raça, além da evidente

questão de classe. E daí surgiu o pontapé inicial desta investigação sobre midiativismo negro digital. Porque, apesar de compreender mídia e racismo como dois temas intrinsecamente relacionados, eu queria ir além de discutir a relação nociva do jornalismo como coautor do racismo no Brasil. Minha motivação pessoal e profissional estava em explorar as mídias digitais como novas formas de comunicação e de participação na vida política, numa perspectiva de transformação desse contexto.

Dessa forma, pesquisar sobre as redes de midiativismo negro digital é uma oportunidade de não somente tratar de um fenômeno comunicacional, tecnológico, mas político, social e educacional em andamento. E, apesar de o meu recorte ser sobre um movimento online, é também analisar e entender esse novo fenômeno de midiativismo negro digital como um processo que começou há muito tempo, desde o século XIX e as primeiras escritas negras contra a escravidão, uma história completamente apagada dos currículos de jornalismo. Ao montar o projeto desta dissertação, vislumbrei a possibilidade de pesquisar como a comunicação, como campo de teoria e ação, poderia contribuir nesse contexto de emergência do debate racial no Brasil. Um dos meus objetivos profissionais e acadêmicos neste trabalho é fazer circular essas reflexões também no campo dos estudos em comunicação, em que a abordagem sobre as questões raciais ainda é incipiente. O jornalista Paulo Nogueira, idealizador do portal Diário do Centro do Mundo, disse uma frase que resume o que me move nessa direção: “o jornalismo está vivíssimo, quem está em apuros são as grandes empresas jornalísticas”. Portanto, este trabalho é para falar de mídia e resistência, de jornalismo e possibilidade de reconstrução de identidades, de autonomias e de esperança.

Introdução

Nas últimas décadas, o debate da questão racial no Brasil foi além da militância do movimento negro e avançou também no âmbito acadêmico e midiático. A adoção de políticas de ações afirmativas, a criação de legislações e estruturas estatais de reparação e o surgimento de novos coletivos de juventude no campo do ativismo negro impactaram a valorização das identidades negras no Brasil e a ampliação do debate na sociedade.

Paralelamente, verificou-se o aparecimento de canais online independentes, ativistas da questão racial: as redes de midiativismo negro digital. Esses veículos estão dando um novo corpo ao papel que a imprensa negra vem desempenhando desde o século XIX no Brasil, produzindo discursos contra-hegemônicos que tentam romper com dois fatores que sempre estiveram acoplados ao racismo no Brasil e que contaram com a contribuição ímpar do jornalismo da mídia massiva: a perpetuação do mito da democracia racial, que toma contornos diferentes a cada época, e o silenciamento das pautas e das vozes negras nos jornais.

A população brasileira é composta pelo menos por 54,9% de pessoas que se declaram pretas e pardas (IBGE, 2016) e, no entanto, formamos jornalistas atualmente no Brasil sem refletir ou abordar no currículo oficial as experiências da imprensa negra brasileira ao longo do século XIX e XX, e, igualmente, sem formular questões sobre os mecanismos de apagamento dessa população e sobre o papel que a mídia ocupa na (re)produção do racismo. E para completar a matemática do racismo no jornalismo, segundo o estudo “Perfil do jornalista brasileiro – características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012”, realizado em parceria com a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), a presença de negros e pardos nas redações jornalísticas soma apenas 23% do total de profissionais, menos da metade da quantidade de negros autodeclarados no país.

Esta pesquisa parte da hipótese central de que a nova conjuntura online de produtores de conteúdo sobre a questão racial pressiona os veículos da mídia hegemônica a ter uma agenda de conteúdos mais diversificados e representativos. Ou seja, ao dotarem esses sujeitos sociais de poder de fala e influência, as mídias negras digitais se configuraram em oportunidades de driblar a invisibilização das pautas da

população negra na mídia tradicional, assumindo um caráter de mídia de resistência. Os dois objetivos principais da pesquisa são analisar como os discursos produzidos/ alçados pelas redes de midiativismo negro são repercutidos nas notícias da mídia hegemônica e discutir a importância dessas redes como produtoras de contra-discursos sobre a questão racial no Brasil

Dentro de um contexto em que o discurso se configura como uma importante ferramenta na disputa pelo poder no espaço público, a linguagem é fundamental para costurar a interdisciplinaridade deste trabalho. E o primeiro passo para construir uma pesquisa que realmente articulasse linguagem, sociedade e contexto ideológico foi abandonar a perspectiva da Análise do Conteúdo, muito utilizada nos estudos de jornalismo, cuja metodologia busca alcançar uma pretensa significação profunda, um sentido estável, conferido por um "emissor" durante a produção do enunciado, com a qual eu inicialmente pretendia trabalhar. Dessa forma, abandonamos também o ponto de vista da comunicação como mera transmissão de mensagem sob uma perspectiva matemática do processo midiático que reduz os sujeitos a funções coisificadas (emissor/receptor), a comunicação a informação e perde de vista os sujeitos sociais, o contexto de produção desses discursos e a complexidade desses processos.

Dessa forma, no primeiro capítulo apresentamos nosso referencial teórico-metodológico, que abarca a Análise do Discurso de linha francesa utilizando como base o princípio dialógico e a noção de gênero de discurso propostos por Bakhtin (2000; 2004) e, principalmente, o conceito de linguagem-intervenção de Rocha (2006), que consideramos central para as análises, entendendo que, assim como a linguagem, a mídia participa não somente da representação, mas da formação, na constituição das coisas que noticia. O conceito de linguagem-intervenção possibilitou-me revisitar alguns conceitos da comunicação e do jornalismo com a visão de estranhamento ao que era naturalizado e entender que a notícia não tem só o papel de informar, mas de atravessar discursos cristalizados que tomam forma de verdade.

Tendo em vista a compreensão de que a questão racial pode ser considerada a base dos diversos conflitos sociais que enfrentamos atualmente, e de que o racismo é parte de um modo de governar baseado no extermínio da população negra, no segundo capítulo iniciamos nossas análises refletindo sobre a permanência da colonialidade até os dias de hoje no Brasil, e como o fazer jornalístico da mídia hegemônica compõe um cenário de necropolítica (MBEMBE, 2006) por meio de operações discursivas de estigmatização, silenciamento e subalternização da

população negra, favorecendo a morte social e simbólica da população negra enquanto seres humanos providos de direitos e voz.

Entendendo, como Bakhtin (1979), que não há enunciados que não antecipem outros enunciados, no terceiro capítulo, passamos às análises dos textos da mídia hegemônica a fim de compreender como os contra-discursos advindos das mídias e redes negras na internet influenciam e deslocam atualmente a agenda discursiva da mídia hegemônica na cobertura de denúncias que abordem a questão racial. A partir de análises discursivas e compreendendo a notícia como peça fundamental no regime de produção de discursos de inferioridade sobre os negros no Brasil, buscamos analisar como ocorre essa dinâmica de contra-agendamento de pautas e as relações dialógicas entre os enunciados das redes de midiativismo negro digital e da mídia hegemônica, estudando o aparecimento de marcas de assimilação ou distanciamento nas notícias. Reunimos enunciados/discursos que circularam nesses espaços midiáticos e que abordaram questões raciais a partir de um movimento de contra-agendamento das redes, no intuito de contribuir a partir de uma análise dialógico-discursiva para a desconstrução de estereótipos, naturalizações, sentidos e modos de produção estacionários.

Continuando esta trajetória, o capítulo três possibilita discutir a crescente crise política, ética e de credibilidade que o jornalismo hegemônico enfrenta hoje e a forma como tem reagido frente às novas esferas de mediação social que as mídias digitais se tornaram no que tange a questão racial no Brasil, marcando as tensões entre o silenciamento e a desqualificação promovida pelos grandes grupos midiáticos em relação às pautas raciais e o emergir de novas narrativas sobre o racismo no Brasil, que ganharam corpo nos últimos anos nas mídias digitais. Isso nos possibilitou refletir acerca do papel que as redes de midiativismo negro na internet cumprem na democratização do direito à comunicação, na construção de uma agenda discursiva antirracista na sociedade através do contra-agendamento de pautas contra-hegemônicas na mídia massiva.

Objetivamos, assim registrar um contexto de transição, de fins e começos de experiências comunicacionais, com contornos que ainda não estão tão bem definidos, como todo momento disruptivo. O desafio de trabalhar com contra-discursos antirracistas não é simples, porque se trata de mergulhar num universo que foi sistematicamente calado pelas forças hegemônicas e que hoje emerge através dessas amarras. O fio condutor deste trabalho é desnaturalizar/iluminar o silêncio que envolve

o racismo brasileiro na mídia, num movimento de questionar e duvidar das fronteiras que se mostram naturalizadas nos discursos que circulam sobre os negros e na própria produção desses discursos no fazer jornalístico hegemônico. Nesse sentido, a pesquisa visa falar das potencialidades do ambiente digital para o exercício da contra-hegemonia, de como o movimento de midiativismo negro têm impactado na agenda e nas narrativas sobre os negros na mídia hegemônica.

1. Caminhos teórico-metodológicos da pesquisa

Em primeiro lugar, é importante delimitar que este é um trabalho interdisciplinar, que busca tensionamentos a partir de três campos principais de filiação epistemológica: o campo da comunicação social, da filosofia da linguagem e da produção sociológica sobre as relações raciais no Brasil. As análises que sucedem este capítulo foram realizadas no objetivo de tematizar a relação entre jornalismo, discurso e racismo, recuperando como conceito central a noção de linguagem-intervenção (ROCHA, 2006) para proceder a uma leitura dos processos de construção linguageira do lugar das vozes e pautas negras nas produções midiáticas no país.

Utilizamos como acepção de discurso aquela defendida por Maingueneau (1989), em que discurso é a relação sujeito-linguagem numa determinada manifestação comunicativa verbal ou não verbal, um modo de apreensão da linguagem, que pressupõe a "atividade de sujeitos inscritos em contextos determinados". (MAINGUENEAU, 1989, p. 43). Sendo, assim, indissociável para Maingueneau a noção de produção textual e a constituição da comunidade discursiva: "as doutrinas são inseparáveis das instituições que as fazem emergir e que as mantêm". (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2004, p. 105). Trata-se de uma concepção de discurso que está, segundo Rocha (2014), alinhada a um dos aportes fundamentais da pragmática, e que utilizamos para nortear as análises deste trabalho, da linguagem como forma de ação sobre o mundo.

1.1 O poder da linguagem além de seu papel representacional

Conforme Rocha (2014), entendemos que se discurso é simultaneamente produção textual e produção de uma comunidade, então é possível dizer que existe uma dimensão da linguagem que vai além da representação, superando uma relação de mera descrição do mundo. Ou seja, há papéis desempenhados pela linguagem que não somente ocupam a função de representar o real, mas são capazes de produzir uma dada configuração de real, operando assim sobre as chamadas subjetividades, que, na visão de Guattari (1992, apud ROCHA, 2006):

> não é fabricada apenas através das fases psicogenéticas da psicanálise ou dos « matemas do Inconsciente », mas também nas grandes máquinas sociais, mass-mediáticas, lingüísticas, que não

> podem ser qualificadas de humanas. (GUATTARI, 1992, p. 19-20 apud ROCHA, 2006, p.358)

Essa visão de discurso dialoga diretamente com o conceito de linguagem-intervenção, que serviu para costurar as reflexões e análises às quais este trabalho se dedica nos próximos capítulos. Rocha (2006) afirma que a linguagem age intervindo e construindo o social, exercendo uma dupla-função de "por um lado, representar, falar de um dado estado de coisas no mundo; por outro, intervir nesse mesmo mundo, contribuindo para produzi-lo." (ROCHA, 2006, p. 360-361). Nesse sentido, o linguista explica o modo como determinadas escolhas discursivas irão coincidir com certa qualidade de mundo que queremos construir, e como também somos construídos através delas. O autor explica que:

> assim como os homens se organizam em sociedade, trabalham, modificam a ordem das coisas que os rodeiam, eles também produzem linguagem, produzem textos, o que seria uma outra forma de atuar sobre esse mundo. A investigação das interações verbais têm contribuído para reafirmar uma tal perspectiva, na medida em que a palavra desempenha um papel de regulação/construção do vasto leque de relações que se estabelecem entre os homens: relações de dominação, de enfrentamento, de definição de identidades, de produção de diferentes modos de subjetivação. (ROCHA, 2014, p. 623)

Sendo assim, se, conforme Rocha (2014, p. 623) "palavras também são produção do mundo", compreendemos que se a linguagem tem o poder de criar uma versão do mundo e no sistema capitalista o lugar da produção e distribuição das notícias vem sendo ocupado pelas grandes corporações, comprometidas com a manutenção de um sistema de exploração, podemos compreender que é uma dada versão de mundo, marcada por relações de classe, raciais, de gênero, entre outras formas de poder e opressão, que sempre foi criada e mantida a partir dos dispositivos midiáticos hegemônicos.

No entanto, podemos afirmar que esse mesmo poder de intervenção da linguagem funcionaria também como uma importante ferramenta na produção de discursos contra-hegemônicos[1]. Nessa concepção, que situa a produção linguageira para além de seu poder de representação, o locutor e o interlocutor ocupam posições plenamente ativas, capazes de criar novos enunciados e construir novas narrativas que contestem os enunciados hegemônicos. No caso do midiativismo negro digital, objeto deste trabalho, o poder de intervenção desses canais propicia, por exemplo, a

[1] O conceito de hegemonia e contra-hegemonia será abordado no próximo capítulo.

circulação de novos discursos sobre o negro na sociedade, distintos das histórias contadas até aqui pelos aparelhos da hegemonia. Conforme Rocha (2014),

> A linguagem não seria mero instrumento à disposição de uma mente para re(a)presentação de um mundo "lá fora" à espera de ser descoberto, garantindo-se, desse modo, uma boa dose de invenção nessa nova modalidade de representação. Linguagem para além da informação e da comunicação, funcionando a palavra que se enuncia como palavra de ordem. (ROCHA, 2014, p. 629)

Entendemos que dentro de um sistema social de desigualdade racial, em se tratando de uma sociedade em que sabidamente o racismo determina lugares de subordinação às pessoas negras, se faz urgente a necessidade de forjar novos discursos, novos lugares de fala e de produção de conhecimento, de disputar sentidos cristalizados, de decompor cenários e desconstruir naturalizações. Rocha (2014) evoca essa função de intervenção da linguagem presente na notícia, sob a perspectiva de que os enunciados não "contam" o real, mas, antes, o "produzem":

> Diante da significativa presença de tal categoria de acontecimentos na notícia – acontecimentos de natureza discursiva, que recuperamos na superfície dos textos por meio de verbos e nomes -, não nos resta senão reconhecer que a função da linguagem aqui não pode ser propriamente representar uma certa conformação de mundo, isto é, "contar" o que acontece no mundo, como se primeiramente se produzisse uma ação (não linguageira) qualquer que apenas mais tarde seria reportada por meio das palavras; antes, sua função parece coincidir com a própria produção e invenção desse mundo, uma vez que tudo o que ocorre são proferimentos de acusação, de indignação, de retratação, de proposição, etc. (ROCHA, 2014, p. 627)

A importância do conceito de linguagem-intervenção para este trabalho é a de identificar a força do plano de ação da linguagem sobre o mundo e perceber como a superfície ocupada pela esfera da intervenção em uma notícia é muito maior do que aquela voltada para a representação. Isso equivale a dizer que cada notícia possui um poder muito maior de criar a realidade do que de representá-la, ao mesmo tempo em que as produções midiáticas contra-hegemônicas possuem de forjar novos enunciadores e de re-apresentar aos interlocutores dessas notícias uma nova versão do passado e do presente.

Além disso, trabalhamos com a concepção dialógica de linguagem bakhtiniana que traz o outro como ponto central da definição do eu, concebendo o homem não como um ser individual, mas como um ser histórico e social, que se constitui através das relações que o ligam ao outro. Nessa alteridade presente na constituição discursiva, tomamos o dialogismo como elemento constitutivo da linguagem, pois,

segundo Bakhtin (2000), mesmo nas produções monológicas é possível perceber a presença do outro, fazendo com que todo gênero seja dialógico por natureza.

Estabelecemos também um diálogo com os preceitos bakhtinianos, de que não existe enunciado individual, pois ele está sempre povoado de outros e, sendo assim, não existe também a inauguração de um enunciado, uma vez que ele é sempre um elo com o que veio antes e o que virá depois. Bakhtin (2000) estabelece que todo discurso é construído com base em outros discursos e carrega suas marcas. O autor explica que apesar de a enunciação pode se apresentar monológica, a materialidade linguística é um embate de vozes e a expressividade de um enunciado é sempre uma resposta não só em relação ao seu objeto, mas também em relação aos enunciados do outro sobre o mesmo tema.

> Cada enunciado é pleno de ecos e ressonâncias de outros enunciados com os quais está ligado pela identidade da esfera de comunicação discursiva. Cada enunciado deve ser visto antes de tudo como uma resposta aos enunciados precedentes de um determinado campo (aqui concebemos a palavra resposta no sentido mais amplo): ela os rejeita, confirma, completa, baseia-se neles, subentende-os como conhecidos, de certo modo os leva em conta. (BAKHTIN, 2000, p. 297)

Para trabalhar com os tensionamentos entre os discursos que circulam na mídia tradicional e os contra-discursos produzidos nas redes digitais, a visão dialógica da linguagem permitiu-nos identificar as marcas dos textos, discursos e enunciados com que a mídia hegemônica dialoga, analisando os modos de citação dos diferentes discursos dentro do corpo da notícia e fazendo emergir as múltiplas vozes que a atravessam, ainda que invisibilizadas.

Sob essa perspectiva, o antigo paradigma “emissor ativo/receptor passivo” perde força, abrindo espaço para uma relação muito mais complexa, entre locutores e interlocutores, com atitudes responsivas ativas. Isso significa um rompimento com uma concepção linear de linguagem influenciada por esquemas informacionais de comunicação, visto que já não há mais espaço para modelos que considerem que somente um dos lados produz enunciados enquanto o outro apenas recebe.

1.2 Um olhar sobre a notícia como gênero discursivo de invenção da “verdade”

Assim como a linguagem, entendemos que a mídia também participa na formação e na constituição das coisas que publica e que o discurso jornalístico é um dispositivo de “formulação do real”. E dentro da questão trazida por Rocha (2006, p.

361): “o que mais a linguagem faz quando parece tão-somente falar de uma ‘realidade em essência’ que lhe preexistiria”, buscamos pensar o que as notícias como gêneros discursivos são capazes de criar nesse processo em que as instituições jornalísticas se reivindicam como meras observadoras imparciais da realidade.

Compreendendo, conforme Maingueneau (2002, p. 63), o enunciado como “sequência verbal que forma uma unidade de significação completa no âmbito de *determinado gênero de discurso*[2]*”* inscrito num contexto particular, entendemos que os gêneros discursivos funcionam como veículo aos enunciados. A concepção bakhtiniana de gênero do discurso consiste em “tipos de enunciados relativamente estáveis, caracterizados por um conteúdo temático, uma construção composicional e um estilo”, ou seja, os gêneros seriam uma espécie de forma típica do enunciado, uma organização em esferas de enunciados que possuem características comuns entre si. Ao conceituar gênero do discurso, Bakthin (2000) explica que:

> O emprego da língua efetua-se em forma de enunciados (orais e escritos) concretos e únicos, proferidos pelos integrantes desse ou daquele campo da atividade humana. Esses enunciados refletem as condições específicas e as finalidades de cada referido campo não só por seu conteúdo (temático) e pelo estilo da linguagem, ou seja, pela seleção dos recursos lexicais, fraseológicos e gramaticais da língua, mas, acima de tudo, por sua construção composicional. Todos esses três elementos – o conteúdo temático, o estilo, a construção composicional – estão indissoluvelmente ligados no todo do enunciado e são igualmente determinados pela especificidade de um determinado campo da comunicação. Evidentemente, cada enunciado particular é individual, mas cada campo de utilização da língua elabora seus tipos relativamente estáveis de enunciados, os quais denominamos gêneros do discurso. (BAKHTIN, 2000, p. 278)

Neste trabalho, olharemos a notícia como um dos gêneros discursivos em que se atualiza o discurso jornalístico e que cria no interlocutor a expectativa da “objetividade informativa”. Sant’Anna (2003) explica que, embora o ato enunciativo básico da imprensa seja informar, sua base enunciativa abarca uma tensão informar/opinar, que deixa traços de adesão e oposição em relação aos temas tratados nas notícias, variando em diversos níveis e conforme um vasto sistema de coerções. A autora detalha sobre esse papel da imprensa como uma instituição que não está “de fora” e que tem um papel de participante do processo:

> Portanto, o percurso percorrido por um determinado fato para vir a ser divulgado a um conjunto ampliado de pessoas caracteriza-se por uma construção discursiva peculiar: a imprensa escrita quer apresentar-se como informadora, capaz de isentar-se de julgamentos. Podemos dizer, então, que o modo de operar da imprensa escrita baseia-se na premissa de que deve (e pode) apresentar os fatos que narra como

[2] grifo do autor

> estando “de fora” do evento. Ou seja, é o esforço de expor “objetivamente” os fatos recolhidos no mundo empírico e, ao mesmo tempo, participar dos processos sociais que quer objetivar. (SANT’ANNA, 2003, p. 171)

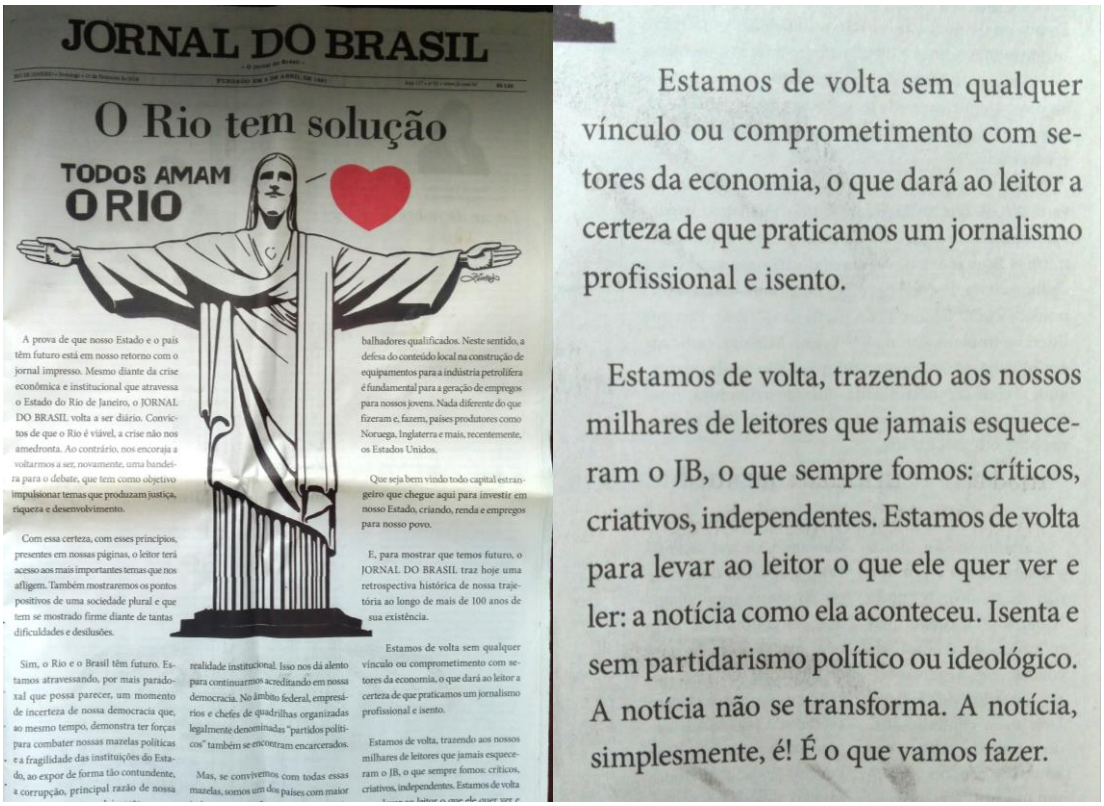
Para compor nossas análises nos capítulos seguintes, queremos destacar como característica estilística e composicional das notícias como gênero discursivo o fato das instituições jornalísticas se intitularem como relatoras dos acontecimentos, registrando eventos e informando a sociedade objetivamente, reclamando para si, como sujeito enunciador, e para o texto jornalístico, uma objetividade e imparcialidade ilusórias. São crenças que funcionam como formas de mascarar um processo ininterrupto de escolhas e eliminações (seleções temática, política, de sintaxe, lexical, etc) que o jornalista faz na construção do texto.

Nesse sentido, é interessante trazer a definição de notícia no jornalismo moderno, em que ela é definida como “o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante ou interessante; e de cada fato, a partir do aspecto mais importante ou interessante” (LAGE, 1987, p. 16). Segundo Lage (1987, p. 16), “não se trata exatamente de narrar os acontecimentos, mas de expô-los”, uma vez que narrar ainda seria expressar a presença de um enunciador visível. Essa definição mostra o jornalista como um observador de fora, que faria uma exposição desinteressada dos acontecimentos. Apesar de estar em desuso pela academia, a teoria do espelho, que traz essa visão clássica de que as notícias de um bom jornalismo representariam a realidade como um espelho reproduz uma imagem, ainda possui ampla penetração dentro das redações jornalísticas. Para o “Manual da Redação” da Folha de São Paulo (2001), que não pode ser lido somente como um conjunto de regras, mas como a expressão ideológica do veículo, o verbete notícia é definido como “puro registro dos fatos, sem opinião” (p. 90). Entretanto, no verbete “objetividade”, o Manual afirma que “não existe objetividade em jornalismo. Ao escolher um assunto, redigir um texto e editá-lo, o jornalista toma decisões em larga medida subjetivas, influenciadas por suas posições pessoais, hábitos e emoções” (FOLHA DE SÃO PAULO, 2001, p. 47). Nessa linha editorial, o jornal invisibiliza toda a carga ideológica e pressões organizacionais que os veículos exercem sobre as notícias, jogando para o profissional jornalista a responsabilidade pela subjetividade presente no processo de escolhas e exclusões a que nos dedicaremos a analisar no próximo capítulo.

Porém, notícias e reportagens ainda são frequentemente vendidas pelas empresas jornalísticas como uma representação fiel e isenta dos acontecimentos, desconsiderando que ao selecionar e divulgar fatos e opiniões sob as vestes de

verdades absolutas, o jornalismo exerce uma série de influências sobre essas informações em consonância com ideologias, subjetividades e discursos que perpassam esses sujeitos e instituições. E em se tratando de desigualdades sociais, preconceito de raça, gênero e origem social, por exemplo, estes podem ser invisibilizados sob uma falsa concepção de “realidade”.

Abaixo, apresento dois exemplos selecionados sobre esse assunto. O primeiro é o texto de capa da edição especial de retorno do Jornal do Brasil às bancas[3] e o segundo é uma peça publicitária do jornal Folha de São Paulo.



JORNAL DO BRASIL

O Rio tem solução

TODOS AMAM O RIO

A prova de que nosso Estado e o país têm futuro está em nosso retorno com o jornal impresso. Mesmo diante da crise econômica e institucional que atravessa o Estado do Rio de Janeiro, o JORNAL DO BRASIL volta a ser diário. Convictos de que o Rio é viável, a crise não nos amedronta. Ao contrário, nos encoraja a voltarmos a ser, novamente, uma bandeira para o debate, que tem como objetivo impulsionar temas que produzam justiça, riqueza e desenvolvimento.

Com essa certeza, com esses princípios, presentes em nossas páginas, o leitor terá acesso aos mais importantes temas que nos afligem. Também mostraremos os pontos positivos de uma sociedade plural e que tem se mostrado firme diante de tantas dificuldades e desilusões.

Sim, o Rio e o Brasil têm futuro. Estamos atravessando, por mais paradoxal que possa parecer, um momento de incerteza de nossa democracia que, ao mesmo tempo, demonstra ter forças para combater nossas mazelas políticas e a fragilidade das instituições do Estado, ao expor de forma tão contundente, a corrupção, principal razão de nossa realidade institucional. Isso nos dá alento para continuarmos acreditando em nossa democracia. No âmbito federal, empresários e chefes de quadrilhas organizadas legalmente denominadas "partidos políticos" também se encontram encarcerados.

Mas, se convivemos com todas essas mazelas, somos um dos países com maior balhadores qualificados. Neste sentido, a defesa do conteúdo local na construção de equipamentos para a indústria petrolífera é fundamental para a geração de empregos para nossos jovens. Nada diferente do que fizeram e, fazem, países produtores como Noruega, Inglaterra e mais, recentemente, os Estados Unidos.

Que seja bem vindo todo capital estrangeiro que chegue aqui para investir em nosso Estado, criando, renda e empregos para nosso povo.

E, para mostrar que temos futuro, o JORNAL DO BRASIL traz hoje uma retrospectiva histórica de nossa trajetória ao longo de mais de 100 anos de sua existência.

Estamos de volta sem qualquer vínculo ou comprometimento com setores da economia, o que dará ao leitor a certeza de que praticamos um jornalismo profissional e isento.

Estamos de volta, trazendo aos nossos milhares de leitores que jamais esqueceram o JB, o que sempre fomos: críticos, criativos, independentes. Estamos de volta para levar ao leitor o que ele quer ver e ler: a notícia como ela aconteceu. Isenta e sem partidarismo político ou ideológico. A notícia não se transforma. A notícia, simplesmente, é! É o que vamos fazer.

Figura 1 - Artigo de capa da edição especial do Jornal do Brasil de volta às bancas
Fonte: Jornal do Brasil (2018)

O artigo acima, dentre outras coisas, ressalta uma impossível isenção e independência política e ideológica do jornal e faz uma ode à uma vocação representacional da notícia, descrita de forma fetichizada: “Estamos de volta para levar ao leitor o que ele quer ver e ler: a notícia como ela aconteceu. Isenta e sem partidarismo político ou ideológico. A notícia não se transforma. A notícia, simplesmente, é! É o que vamos fazer” (O RIO..., 2018, p.1). No texto do artigo, os

[3] O Jornal do Brasil anunciou o fim da edição impressa em 2010, passando a existir somente em versão online. Em 2018 voltou a ter edições em papel diariamente e um ano depois, em março de 2019, demitiu parte da redação e anunciou novamente o fim das publicações impressas.

enunciados “sem qualquer vínculo ou comprometimento”, “praticamos um jornalismo profissional e isento” reforçam a ficção de que o jornalismo do Jornal do Brasil é “isento”, “independente” e traz a “notícia como ela aconteceu”, mostrando como a noção de notícia como representação fiel da realidade ainda é presente nas redações jornalísticas atuais.

Na peça publicitária do jornal Folha de São Paulo, periódico de ampla circulação nacional, o texto atribui um sentido ao substantivo “verdade” em oposição às “mentiras recorrentes” no Brasil.



Figura 2 - Publicidade do jornal “Folha de São Paulo”
Fonte: Folha de São Paulo (2006)

O enunciado da peça publicitária da Folha naturaliza a visão estereotipada da impunidade certa no Brasil, do uso recorrente da mentira. Como oposição à essa “realidade” estereotipada da mentira e da impunidade – cujo o próprio texto faz parte da criação – a publicidade da Folha procura estabelecer para si a imagem de que o seu jornalismo está comprometido em revelar a “verdade” ao leitor.

Diante dessa discussão, não podemos deixar de recorrer à epistemologia foucaultiana para abordar essa noção de notícia como um dito relato transparente de uma realidade exterior. Foucault (2011) explica que cada sociedade funciona sob determinados regimes de verdade e que há tipos de discurso, mecanismos, instâncias, técnicas e procedimentos de obtenção da verdade que permitem distinguir os enunciados verdadeiros dos falsos. O autor assevera que:

> em nossas sociedades, a “economia política” da verdade tem cinco características historicamente importantes: a “verdade” é centrada na

> forma do discurso científico e nas instituições que o produzem; está submetida a uma constante incitação econômica e política (necessidade de verdade tanto para a produção econômica, quanto para o poder político); é objeto, de várias formas, de uma imensa difusão e de um imenso consumo (circula nos aparelhos de educação ou de informação, cuja extensão no corpo social é relativamente grande, não obstante algumas limitações rigorosas); é produzida e transmitida sob o controle, não exclusivo, mas dominante, de alguns grandes aparelhos políticos ou econômicos (universidade, exército, escritura, meios de comunicação); enfim, é objeto de debate político e de confronto social (as lutas "ideológicas") (FOUCAULT, 2011, p. 11)

Portanto, assim como Foucault (2011) define, a mídia está entre as instituições autorizadas pelo corpo social para determinar o que é legítimo. O que não quer dizer que a produção e a reprodução dessas verdades coincidam necessariamente com a existência de uma realidade. Sobre o conceito de verdade, o autor explica que:

> por "verdade", entende-se um conjunto de procedimentos regulados para a produção, a lei, a repartição, a circulação e o funcionamento dos enunciados. A "verdade" está circularmente ligada a sistemas de poder, que a produzem e apoiam, e a efeitos de poder que ela induz e que a reproduzem. (FOUCAULT, 2011, p. 11)

Dessa forma, temos, segundo Foucault, o conceito de verdade como uma construção, como o resultado de um processo de produção que deve ser contextualizado historicamente. Sendo assim, as notícias não podem ser, portanto, tomadas como uma representação da verdade. Elas são o resultado pragmático do procedimento jornalístico da mídia como instituição de comunicação e do conjunto de técnicas, procedimentos e relações do discurso midiático com outros discursos.

A partir dessa discussão e do conceito de linguagem-intervenção, esta pesquisa lança um olhar sobre a notícia para além da sua aparente missão representacional, rechaçando a visão de mero relato de algo anteriormente ocorrido. Nosso foco é estudar a interseção entre linguagem e realidade, em que os discursos midiáticos sobre os negros no Brasil foram capazes de estabelecer historicamente verdades e lugares de inferioridade à população negra. A partir desta visão, trabalhamos também como o movimento de midiativismo negro digital representa parte importante da disputa e criação de novas narrativas sobre os negros, amplificando vozes e tirando do silenciamento pautas históricas do movimento negro.

Portanto, trazendo essa discussão para o córpus da pesquisa, em se tratando dos enunciados da mídia hegemônica, iremos nos debruçar neste trabalho sobre o gênero notícia como peça fundamental no regime de produção de verdades sobre os negros no Brasil, sobre o qual analisaremos sob três aspectos principais: 1) o modelo hegemônico de construção da notícia enquanto produto e os sucessivos processos de

escolhas e apagamentos do fazer jornalístico; 2) o impacto dessas notícias sobre a mortificação do sujeito negro no Brasil como um ser humano dotado de voz e direitos; e, finalmente, 3) o olhar sobre alguns textos selecionados de notícias em si, que nos trouxeram pistas linguísticas e marcas discursivas capazes de elucidar na prática essa produção de estereótipos sobre os negros e o impacto do surgimento e o crescimento de um midiativismo negro digital que produz contra-discursos nas redes. A partir de uma análise dialógico-discursiva buscamos entender como ocorre a dinâmica dessas relações dialógicas entre os enunciados das mídias negras e da mídia hegemônica, estudando o aparecimento de marcas de assimilação ou distanciamento e verificando como isso se configura nas notícias da mídia hegemônica em pautas ligadas à questão racial. Para isso, analisaremos no terceiro capítulo um total de 11 notícias, selecionadas entre maio de 2017 e setembro de 2018, que correspondem a pautas que se mostraram relevantes a ponto de se tornarem virais nas redes de midiativismo negro digital, mas que só se tornaram objetos de apuração na agenda hegemônica após a pressão dessas redes.

No próximo capítulo, ao olharmos mais de perto para o tratamento dado pela mídia hegemônica às pessoas negras, desde o século XIX até hoje, veremos como seu poder de representação, ao abordar uma certa “realidade”, é completado por um poder de intervenção e o quanto a mídia é relevante na produção e reprodução de “verdades” que têm o poder de definir os sujeitos.

No decorrer do capítulo, discutiremos o longo processo de apagamento das pautas, vozes e corpos negros da agenda da mídia hegemônica e como essa invisibilização intervém diretamente na opressão contra a população negra no país a partir de um racismo que se forja e se atualiza nos discursos dessas notícias. Além disso, olharemos mais de perto enunciados noticiosos que foram parte fundamental do projeto de tornar real certas narrativas de inferioridade sobre o negro no Brasil – o “africano bárbaro”, o “negro preguiçoso”, o “degenerado/incapaz”, “violento”, “malandro”, etc – e que produziram a desumanização desses sujeitos.

2. Colonialidade, mídia hegemônica e a (re)produção do racismo

O objetivo deste segundo capítulo é discutir como o jornalismo hegemônico tem produzido a morte social da população negra através de mecanismos de silenciamento e desumanização desses sujeitos, sempre tratados como objeto e nunca como vozes legitimadas. Essa premissa vai percorrer todo o trabalho, principalmente o terceiro capítulo, que trata efetivamente de como isso se reflete nos textos da mídia hegemônica. Para isso, faz-se necessário discutir o papel histórico do jornalismo na (re)produção do racismo no país, analisando a mídia hegemônica como uma instituição de controle e poder que repete, há mais de 200 anos, operações coloniais de estigmatização, silenciamento e subalternização da população negra no Brasil.

Primeiramente, é importante compreender que estamos trabalhando com uma ideia de "raça" como a categoria mental central da modernidade, um conceito para classificação social que foi extremamente próspero para o colonialismo e para o capitalismo. Nesse sentido, entendemos raça antes como uma construção política e social do que biológica, uma "categoria discursiva em torno da qual se organiza um sistema de poder socioeconômico, de exploração e exclusão" (HALL, 2003, p. 6), ou seja, o racismo.

Entendendo, como Ballestrin[4] (2013), a colonialidade como um ingrediente básico do poder capitalista que não foi sepultada com o fim das administrações coloniais, buscamos compreender neste capítulo como a mídia compõe esse sistema, que reproduz métodos coloniais de opressão até hoje. A autora aborda as dimensões visíveis e invisíveis de como essa colonialidade se mantém, e sua forma de atuação e perpetuação, que se dá sob uma tripla dimensão: a colonialidade do poder, do saber e do ser, sendo a colonialidade do poder de onde se originam as condições para o desenvolvimento das demais. Especificamente sobre o conceito de colonialidade do poder, desenvolvido originalmente por Aníbal Quijano, em 1989, a autora explica que:

> Ele exprime uma constatação simples, isto é, de que as relações de colonialidade nas esferas econômica e política não findaram com a destruição do colonialismo. O conceito possui uma dupla pretensão. Por um lado, denuncia 'a continuidade das formas coloniais de

[4] O artigo "América Latina e o Giro Decolonial" de Luciana Ballestrin (2013) aborda a trajetória do grupo Modernidade/Colonialidade, constituído no final dos anos 90, que atualiza e renova o pensamento latino-americano, oferecendo releituras das velhas e novas questões da América Latina, oferecendo a opção decolonial epistêmica, teórica e política para lugares ainda fortemente marcados pela colonialidade.

> dominação após o fim das administrações coloniais, produzidas pelas culturas coloniais e pelas estruturas do sistema-mundo capitalista moderno/colonial' (Grosfoguel, 2008, p.126). Por outro, possui uma capacidade explicativa que atualiza e contemporiza processos que supostamente teriam sido apagados, assimilados ou superados pela modernidade. (BALLESTRIN, 2013, p. 99)

Nesse sentido, Ballestrin aborda a ideia de raça como instância primordial de ordenação das relações de exploração/dominação/conflito do sistema-mundo, juntamente com as categorias gênero e trabalho. "A identificação dos povos de acordo com suas faltas ou excessos é uma marca fundamental da diferença colonial, produzida e reproduzida pela colonialidade do poder (...) do saber e do ser (MALDONADO-TORRES, 2008 apud BALLESTRIN, 2013, p. 101).

2.1 As relações entre racismo, silêncio e mídia hegemônica no Brasil

Schwarcz (2012) apresenta o conceito de raça como uma construção histórica e social, um discurso pré-colonização que persiste até hoje como um marcador social de diferença, produtor de hierarquias, de discriminações e de realidades que foram tomadas como fixas, essenciais e estanques. Raça, segundo a autora, trata-se de:

> uma categoria classificatória que deve ser compreendida como uma construção local, histórica e cultural, que tanto pertence à ordem das representações sociais – assim como o são fantasias, mitos e ideologias – como exerce influência real no mundo, por meio da produção e reprodução de identidades coletivas e de hierarquias sociais politicamente poderosas. (Schwarcz, 2012, p. 30)

Diversos autores contribuíram para traçar as características específicas do racismo no Brasil, marcado pelo silêncio, pela invisibilização e pela ambiguidade. E, considerando que trabalharemos com reflexões que envolvem as representações inferiorizadas e racializadas do negro na mídia, entendemos como necessário iluminar as principais especificidades do racismo no país, que se caracteriza, segundo Schwarcz (2012), como um "racismo de marca", aquele cujo fenótipo e a cor da pele são os principais distintivos raciais.

No entanto, apesar do "racismo de marca" ter como principal alvo a cor da pele, Schwarcz (2012, p. 106) também registra a existência da expressão "raça social", que explica o "efeito branqueamento" existente no Brasil, em que

> as discrepâncias entre cor atribuída e cor autopercebida estariam relacionadas com a própria situação socioeconômica e cultural dos

> indivíduos. Enriquecer, ter educação superior, frequentar locais sociais de um estrato mais alto, destacar-se nos esportes ou na educação, tudo leva a um certo embranquecimento.

A autora também explica que no Brasil o racismo é uma manifestação de foro íntimo, camuflado sob o sincretismo cultural e a ideologia da mestiçagem, que criou o mito de uma mistura harmoniosa e consentida de raças, defendendo abertamente um branqueamento da população. Segundo Schwarcz (2012), no Brasil estamos diante de um tipo particular de racismo, silencioso, estrutural, que nega as manifestações de discriminação ou as joga para o terreno do privado. Um racismo que não se afirma publicamente, que

> aparece de forma estabilizada e naturalizada, como se as posições sociais desiguais fossem quase um desígnio da natureza, e atitudes racistas, minoritárias e excepcionais: na ausência de uma política discriminatória oficial, estamos envoltos no país de uma "boa consciência", que nega o preconceito ou o reconhece como mais brando. Afirma-se de modo genérico e sem questionamento uma certa harmonia racial e joga-se para o plano pessoal os possíveis conflitos. (Schwarcz, 2012, p. 30)

Gomes (2017) também reconhece a negação e a invisibilidade como duas das características marcantes no racismo brasileiro, que opera estruturalmente, uniformizando diferenças e apagando a opressão e a desigualdade racial do país:

> O Brasil construiu, historicamente, um tipo de racismo insidioso, ambíguo, que se afirma via sua própria negação e que está cristalizado na estrutura da nossa sociedade. Sua característica principal é a aparente invisibilidade. Essa invisibilidade aparente é ainda mais ardilosa, pois se dá via mito da democracia racial, uma construção social produzida nas plagas brasileiras. (GOMES, 2017, p. 51)

Sobre o mesmo tema, Munanga (2009) problematiza como o processo de construção e busca das identidades negras se dá no Brasil, no contexto de uma sociedade que promove um dito sincretismo no nível da cultura, através da folclorização e domesticação das religiões e culturas negras, mas esconde o racismo no cotidiano, nas relações de trabalho, nas políticas públicas e na atuação do Estado.

> Aqui os sangues se misturam, os deuses se tocam e as cercas das identidades culturais vacilam. Acrescentar-se-á o perigo da manipulação da cultura negra por parte da ideologia dominante quando a retórica oficial se expressa através das próprias contribuições culturais negras no Brasil, para negar a existência do racismo e reafirmar a proclamada democracia racial. (MUNANGA, 2009, p. 17)

Tendo a ambiguidade e a dissimulação como principais formas de se manter e se expressar, outra característica fundamental do racismo brasileiro trazida por Schwarcz (2012) é a invisibilização do negro como cidadão e do branco como “raça”. O lugar do branco na sociedade brasileira, sempre marcado por vantagens e privilégios, é naturalizado, é sempre visto como um fato em si e não como decorrente de um processo histórico, enquanto a discriminação e a opressão contra os negros são vistas como resultado de uma dita inferioridade biológica e moral desses sujeitos. Sobre essa invisibilização do branco, Schwarcz (2012) traz o exemplo da escolha do título da revista *Raça Brasil: A Revista dos Negros Brasileiros*:

> Publicada pela primeira vez em setembro de 1996, Raça Brasil trazia já em seu título o suposto de que, no Brasil, raça é negra. O título da publicação pode ser comparado ao eufemismo tão próprio de nossa sociedade que, a fim de evitar as designações preto, negro e mesmo mulato, usa a expressão “homens de cor”, como se branco não fosse cor e raça fosse sempre a negra. (SCHWARCZ, 2012, p. 108)

Dentro do contexto do racismo no Brasil, pensando especificamente o processo – ou projeto – de silenciamento dos negros, podemos analisá-lo como parte de um encadeamento de negações materiais, morais e intelectuais, que se iniciou durante o tráfico e a escravização da população africana no século XVI e possui vestígios até hoje.

A autora Grada Kilomba (2016) discorre sobre a máscara do silenciamento, um instrumento de tortura utilizado pelos senhores brancos nos negros escravizados para evitar, entre outras coisas, que eles comessem cacau e cana-de-açúcar enquanto trabalhavam nas plantações, e que serve como um símbolo desse sistema de controle dos corpos negros gestado no Brasil desde o período colonial. Sobre a máscara, Kilomba explica que:

> foi uma peça muito concreta, um instrumento real que se tornou parte do projeto colonial europeu por mais de trezentos anos. Ela era composta por um pedaço de metal colocado no interior da boca do sujeito Negro, instalado entre a língua e a mandíbula e fixado por detrás da cabeça por duas cordas, uma em torno do queixo e a outra em torno do nariz e da testa. Oficialmente, a máscara era usada pelos senhores brancos para evitar que africanos/as escravizados/as comessem cana-de-açúcar ou cacau enquanto trabalhavam nas plantações, mas sua principal função era implementar um senso de mudez e de medo, visto que a boca era um lugar tanto de mudez quanto de tortura. Neste sentido, a máscara representa o colonialismo como um todo. Ela simboliza políticas sádicas de conquista e dominação e seus regimes brutais de silenciamento dos(as) chamados(as) ‘Outros(as)’: Quem pode falar? O que acontece quando falamos? E sobre o que podemos falar? (KILOMBA, 2016, p.172)



Figura 3 - Escrava Anastácia[5]
Fonte: (ARAGO, 1817-18, apud KILOMBA, 2016, p. 173)

Kilomba (2016, p. 172) destaca também que a boca, que "simboliza a fala e a enunciação", é "o órgão que, historicamente, tem sido severamente repreendido". Sob essa visão, a máscara pode ser tomada como um dispositivo não somente de controle,

[5] Conforme Kilomba (2016, p. 173), "esta imagem penetrante vai de encontro ao (à) espectador(a) transmitindo os horrores da escravidão sofridos pelas gerações de africanos(as) escravizados(as). Sem história oficial, alguns dizem que Anastácia era filha de uma família real Kimbundo, nascida em Angola, sequestrada e levada para a Bahia, Brasil e escravizada por uma família portuguesa. Após o retorno desta família para Portugal, ela teria sido vendida a um dono de uma plantação de cana-de-açúcar. Outros alegam que ela teria sido uma princesa Nagô/Yorubá antes de ter sido capturada por traficantes de escravos europeus e trazida para o Brasil. Enquanto outros ainda contam que a Bahia foi seu local de nascimento. Seu nome africano é desconhecido. Anastácia foi o nome dado a ela durante a escravidão. Segundo todos os relatos, ela foi forçada a usar um colar de ferro muito pesado, além da máscara facial que a impedia de falar. As razões dadas para este castigo variam: alguns relatam seu ativismo político no auxílio em fugas de outros(as) escravizados(as); outros dizem que ela havia resistido às investidas sexuais do mestre branco. Outra versão ainda transfere a culpa para o ciúme de uma sinhá que temia a beleza de Anastásia. A ela é alegada a história de possuir poderes de cura imensos e de ter realizado milagres. Anastásia era vista como santa entre escravizados(as) africanos(as). Após um longo período de sofrimento, ela morre de tétano causado pelo colar de ferro ao redor de seu pescoço. O retrato de Anastácia foi feito por um francês de 27 anos chamado Jacques Arago que se juntou a uma expedição científica pelo Brasil como desenhista, entre dezembro de 1817 e janeiro de 1818. Há outros desenhos de máscaras cobrindo o rosto inteiro somente com dois furos para os olhos; estas eram usadas para prevenir o ato de comer terra, uma prática entre escravizados(as) africanos(as) para cometer suicídio. Na segunda metade do século XX a figura de Anastácia começou a se tornar símbolo da brutalidade da escravidão e seu contínuo legado do racismo. Ela tornou-se uma figura política e religiosa importante em torno do mundo africano e afrodiaspórico, representando a resistência histórica. A primeira veneração de larga escala foi em 1967 quando o curador do Museu do Negro do Rio de Janeiro erigiu uma exposição para honrar o 80° aniversário da abolição da escravidão no Brasil. Anastásia também é comumente vista como uma santa dos Pretos Velhos, diretamente relacionada ao Orixá Oxalá ou Obatalá – o deus da paz, da serenidade e da sabedoria – e é objeto de devoção no Candomblé e na Umbanda" (Handler; Hayes, 2009 apud KILOMBA, 2016, p. 173).

mas de mortificação desses sujeitos enquanto seres humanos, que define quem está autorizado a falar e quem deve permanecer calado e isolado, ou seja, socialmente invisível, morto. A máscara pode ser considerada como a gênese das tentativas de interdição da voz da população negra, sendo a primeira evidência que temos registro de um projeto de silenciamento, apagamento e estereotipação daqueles que não devem falar, e por não falar, não são ninguém. Um projeto que permanece vivo até hoje no Brasil de forma reelaborada, porém igualmente cruel.

> Nesta dialética, aqueles(as) que são ouvidos(as) são também aqueles(as) que "pertencem". E aqueles(as) que não são ouvidos(as), tornam-se aqueles(as) que "não pertencem". A máscara re-cria este projeto de silenciamento, ela controla a possibilidade de que colonizados(as) possam um dia ser ouvidos(as) e, consequentemente, possam pertencer. (KILOMBA, 2016, p.178)

E, dentre os mecanismos de continuidade dessas formas de dominação coloniais, temos a mídia figurando como a própria máscara, entre os dispositivos de controle mais poderosos de interdição da voz dos sujeitos negros no Brasil. Contribui para essa conjuntura o regime de monopólio dos grupos de mídia no Brasil, que em geral operam afinados com uma matriz ideológica neoliberal, ocupando a função de domesticar as massas, legitimar discursos político-ideológicos dominantes e conservar as hegemonias constituídas[6]. Conforme o Monitoramento da Propriedade da Mídia no Brasil[7], feito pelas ONGs "Repórteres Sem Fronteiras" e "Intervozes", somente cinco grupos/proprietários de comunicação concentram mais da metade dos veículos de mídia no Brasil. O monitoramento mostrou também que no segmento de TV, mais de 70% da audiência nacional está concentrada sob o comando de quatro grandes redes, das quais a *Rede Globo*, considerada uma das cinco maiores TVs de canal aberto do mundo, detém mais da metade da audiência.

E por falar em manutenção de modelos, conforme explica o jornalista Arbex Jr. (2003) no livro "O jornalismo canalha", a *Rede Globo*, historicamente submetida ao poder político e econômico, funcionou junto a outras empresas de mídia na América Latina como sustentáculo ideológico das ditaduras militares na década de 60.

> A maior rede de televisão do Brasil foi construída durante a ditadura militar (não por acaso, a rede foi inaugurada logo após o golpe militar de março de 1964, em 26 de abril de 1965), tecnicamente orientada pela transnacional estadunidense Time-Life, graças a um acordo abertamente insconstitucional "abençoado" pelos generais. O objetivo

[6] Segundo a teoria funcionalista da comunicação, desenvolvida por Harold Lasweell no pós segunda guerra, a manutenção do modelo e o controle das tensões configura-se como um dos quatro problemas fundamentais sobre os quais operam os meios de comunicação de massa visando o equilíbrio da sociedade e o bom funcionamento do sistema social (WOLF, 1999).

[7] Media Ownership Monitor/Brasil – MOM - 2018

> era estabelecer o “padrão Globo de qualidade” à imagem e semelhança dos padrões técnicos praticados nos Estados Unidos. A ditadura teve na Rede Globo uma grande aliada, quando se tratou de disseminar uma imagem positiva do regime, de mostrar à classe média as “vantagens” do chamado “milagre econômico” e mesmo de construir uma falsa sensação de “união nacional” em torno do poder. (ARBEX JR., 2003, p.43)

É neste cenário de monopólio e interesses privados que são forjados os discursos hegemônicos no Brasil.

E, compreendendo que os meios de comunicação são espaços nos quais o poder simbólico é criado e reproduzido, faz-se necessário refletirmos brevemente sobre a relação da mídia em seu papel de aparelho da hegemonia. A partir do conceito desenvolvido pelo jornalista e filósofo marxista Antonio Gramsci vamos diferenciar os modelos de mídia que reproduzem os interesses e valores da classe dominante (hegemônicos) dos que oferecem um contraponto a essa regra (contra-hegemônicos).

Embora Foucault faça parte de nossa base teórico-metodológica e a visão de “realidade” em Gramsci e Foucault[8] estejam distanciadas, optamos neste trabalho por abrir o leque de possibilidades que um programa interdisciplinar nos permite no intuito de orquestrar conceitos que nos ajudam, nesse caso, a compreender a comunicação como elemento estruturante da sociedade contemporânea, na fabricação de discursos e consensos que “ajustam” os indivíduos à manutenção de um sistema econômico, sendo um desses discursos a ideia de que pessoas negras são inferiores.

Portanto, apesar do âmbito político distinto entre os autores, da estrutura de classe à microestrutura, nosso objetivo é discutir como os discursos são, ao mesmo tempo, manifestações de poderes e instrumentos de resistência entre os indivíduos, porém sem fazer desaparecer o contexto macro de dominação econômica e política no qual as relações entre mídia, racismo e linguagem estão imersas no Brasil. A perspectiva de Gramsci nos permite dar ênfase ao papel ideológico dos meios de comunicação, trazendo uma perspectiva marxista para estudar fenômenos da comunicação social, tanto do ponto de vista da produção de sentido quanto no modo de produção capitalista, conforme faremos na próxima subseção.

Conforme Moraes (2010) no artigo “Comunicação, Hegemonia E Contra-hegemonia: A Contribuição Teórica De Gramsci”, a hegemonia, numa perspectiva gramsciana, deve ser entendida como um longo e progressivo processo de

[8] Apesar das distinções políticas, ambos os autores se dedicaram a repensar exaustivamente o papel que o intelectual na sociedade e na ciência, o que dialoga diretamente com os objetivos deste ou qualquer trabalho que se proponha a discutir relações de dominação e necessidade de repensar o político e o social.

consolidação de ideias e representações de uma classe social dominante que, além de organizar as estruturas econômicas de uma sociedade, controla também suas bases culturais e políticas, as normas sociais e os sentimentos diante da vida e do mundo, ou seja, uma dominação ideológica de uma classe sobre a outra, chamada por ele de hegemonia cultural.

> Segundo Gramsci, a hegemonia é obtida e consolidada em embates que comportam não apenas questões vinculadas à estrutura econômica e à organização política, mas envolvem também, no plano ético-cultural, a expressão de saberes, práticas, modos de representação e modelos de autoridade que querem legitimar-se e universalizar-se. (MORAES, 2010, p. 55)

Gramsci (apud MORAES, 2010) afirmava que os meios de comunicação são parte fundamental do mecanismo de construção dos significados culturais e informacionais da população. E os jornais, ao darem visibilidade a apenas algumas ideias e acontecimentos, sendo a maioria alinhados com a classe dominante e seus interesses, trabalham a favor do processo de sustentação da ideologia dominante. No entanto, isso não implica afirmar, como veremos mais adiante neste trabalho, que os interlocutores desse processo comunicativo sejam passivos e incapazes de resistir à esse processo de dominação ideológica.

Portanto, conforme o autor, a mídia, na qualidade de aparelho privado da hegemonia, sob influência de classes, instituições e elites hegemônicas, ocupa um papel chave para a eficiência da dominação política e espiritual da sociedade, através de estratégias de argumentação e persuasão, modificando mentalidades e valores, somando consensos e consentimentos em torno de suas proposições e favorecendo uma estrutura de dominação que vai além de aparatos violentos e de repressão do Estado. Moraes (2010) defende que:

> A referência a valores e modos de ser e pensar tem a ver com um dos reconhecimentos decisivos no pensamento crítico atual: é no domínio da comunicação que se esculpem os contornos da ordem hegemônica, seus tentáculos ideológicos, suas hierarquias, suas expansões contínuas no bojo da mercantilização generalizada dos bens simbólicos. (MORAES, 2010, p. 68)

Nesse sentido, conforme Gramsci (2004b), podemos denominar como veículos da mídia hegemônica aqueles que são sustentados pelos interesses das grandes corporações e oferecem suporte para a existência do sistema econômico e social vigente. Esses fazem parte de grandes conglomerados de comunicação e sofrem pressões políticas e econômicas, comprometidas com verbas publicitárias estratosféricas, e seus conteúdos possuem a presença típica de elementos de

aprovação da atual estrutura da sociedade, provêm de um discurso único, monológico, excludente, que não permite problematizações acerca do funcionamento do próprio sistema. Citando Marx e Engels, Moraes (2010, p. 61) explica que os veículos da mídia hegemônica ocupam uma posição privilegiada na ordem social, delineando contornos cruciais, uma vez que: “transportam signos; garantem a circulação veloz das informações; movem as idéias; viajam pelos cenários onde as práticas sociais se fazem; recolhem, produzem e distribuem conhecimento e ideologia”. (MARX e ENGELS, 1977 apud MORAES, 2010, p. 61).

E tomando especificamente o tema deste trabalho, é possível afirmar que, no Brasil, é a mídia hegemônica uma das principais fontes de produção dos mecanismos de silenciamento e dos discursos de inferiorização dos negros, contribuindo para a instauração de um regime pretensamente incontestável de produção de verdades acerca desses sujeitos e vozes.

Já a mídia independente, ou contra-hegemônica – da qual tratamos melhor no próximo capítulo, e na qual se encaixam as experiências de midiativismo negro digital – , são os veículos de comunicação que somente pela sua (re)existência perante um cenário de monopólio do poder de comunicar que vivemos no sistema capitalista, já se pressupõe uma comunicação ativista, na maioria das vezes engajada com as lutas populares e a promoção de políticas públicas sociais. Sobre o conceito de contra-hegemonia, Moraes (2010) explica que:

> A contra-hegemonia institui o contraditório e a tensão no que até então parecia uníssono e estável. Gramsci nos faz ver que a hegemonia não é uma construção monolítica, e sim o resultado das medições de forças entre blocos de classes em dado contexto histórico. Pode ser reelaborada, revertida e modificada, em um longo processo de lutas, contestações e vitórias cumulativas. (MORAES, 2010, p. 73)

Dessa forma, podemos entender que um coletivo ou organização de mídia contra-hegemônica seria, como diria Paulo Freire, uma proposta de ‘ação cultural’ libertadora, que promove o direito de auto expressão e expressão do mundo, cujo papel é de subversão da ordem estabelecida às custas da miséria, da exclusão, do empobrecimento dos povos. Mais de 30 anos antes de Paulo Freire, Gramsci defendeu também que os veículos de comunicação contra-hegemônicos seriam os meios de promover ações pedagógicas capazes de denunciar as estruturas de dominação capitalista, conscientizar os trabalhadores e alcançar a transformação das relações de produção.

2.2 O modelo hegemônico de produção das notícias e a interdição de sujeitos e pautas

A partir da teoria de Gramsci podemos refletir sobre o lugar privilegiado que os meios de comunicação ocupam na produção de "verdades" e de reprodução do discurso colonial de subalternização de indivíduos, vozes e corpos negros na contemporaneidade. E embora o colonialismo enquanto sistema tenha chegado ao fim, a colonialidade ainda se reproduz sob diversas roupagens no Brasil, sendo uma delas a midiática.

Diante desse projeto gestado desde a colonização, algumas das perguntas centrais que estabelecemos para jogarmos luz sobre a prática da produção noticiosa na mídia hegemônica são: de que modo são selecionados os discursos/pautas/vozes que serão potencializados e os que serão interditados nas notícias? Como o jornalismo determina os sujeitos que falam e os que são silenciados? Quais são os procedimentos de controle na seleção dos assuntos noticiáveis?

É possível ir ainda a um nível anterior e nos questionarmos também: como os acontecimentos se transformam em notícia? Qual acontecimento é mais "merecedor" de adquirir existência pública? O que é um acontecimento "naturalmente importante" e o que é comum? Quais fatos "merecem" ser recordados?

A autora Lilia Moritz Schwarcz (1987) relata que até meados do século XIX, período de formação da grande imprensa nacional, os acontecimentos em relação aos negros e as questões que envolviam a condição negra não eram notícia na imprensa paulistana. A escravidão e os temas relacionados aos escravizados simplesmente não eram vistos como pauta nas diferentes seções dos grandes jornais da época, era como algo que "não se colocava" na sociedade. E quando o assunto passou a figurar nos jornais, já em proximidades da abolição, a cobertura era feita de forma tangencial e pouco direta.

Em geral, a opinião pública é induzida a pensar que só tem relevância e só existe aquilo que os veículos divulgam[9]. No entanto, sabemos que o fato de os

[9] Essa conclusão tem conexão direta com a hipótese do agenda setting, ou teoria do agendamento, muito estudada no campo da comunicação de massa, e que defende que a mídia, ao selecionar determinados temas a serem veiculados determina os principais assuntos sobre os quais o público deverá pensar, discutir e atribuir relevância, colocando no esquecimento outros assuntos não veiculados. Ou seja, *agenda setting* seria a capacidade dos meios de comunicação em pautar, enquanto elite simbólica, e de acordo com seus interesses e conveniências, a agenda pública (MCCOMBS E SHAW, 2000).

castigos, as opressões, as revoltas e os anseios dos escravos não estarem nos jornais, no entanto, não significava que não eram assuntos que estavam na ordem do dia, mas sim eram pautas cuja divulgação que não interessava aos financiadores e leitores dos jornais. Sobre esse processo de agendamento midiático, Moraes (2010) traz as reflexões gramscianas de que:

> Do ponto de vista das corporações midiáticas, trata-se de regular a opinião social através de critérios exclusivos de agendamento dos temas que merecem ênfase, incorporação, esvaziamento ou extinção. O ponto nodal é transmitir conteúdos que ajudem a organizar e a unificar a opinião pública em torno de princípios e medidas de valor. Por isso, formar a opinião é uma operação ideológica "estreitamente ligada à hegemonia política, ou seja, é o ponto de contato entre a sociedade civil e a sociedade política, entre o consenso e a força" (MORAIS, 2010, p. 67)

A fim de compreendermos melhor e desnaturalizar a produção noticiosa nos meios hegemônicos, destacamos três conceitos-chave do campo da comunicação: os valores-notícia, os critérios de noticiabilidade e as fontes jornalísticas. Escolhemos trabalhar com esses conceitos por se tratarem de mecanismos que funcionam como guias e regras aparentemente objetivas, mas que operam estruturando realces/apagamentos/priorizações no processo de seleção, hierarquização e escrita das notícias, criando um regime de controle dos discursos que são considerados válidos, que vão qualificando e desqualificando sujeitos e, consequentemente, criando um sistema de exclusão de vozes, pautas e corpos que sistematicamente são considerados rejeitados nesse processo. Wolf (2003) é um dos principais autores para compreender o processo de *newsmaking*, que trata exatamente dessa atribuição de valores aos diferentes assuntos pela mídia tradicional. O autor explica que:

> o produto informativo parece ser resultado de uma série de negociações, orientadas pragmaticamente, que têm por objeto o que deve ser inserido e de que modo deve ser inserido no jornal, no noticiário ou no telejornal. Essas negociações são realizadas pelos jornalistas em função de fatores com diferentes graus de importância e rigidez, e ocorrem em momentos diversos do processo de produção. (WOLF, 2003 p. 200)

Os estudos de seleção de notícias utilizam, em geral, o conceito de *gatekeeper*, em que o jornalista, no contexto de uma instituição midiática, seria o seletor, uma espécie de guardião que define o que será noticiado de acordo com os valores-notícia e outros critérios. O conceito foi introduzido em 1950, por David Manning White, no campo de pesquisa em comunicação, para tentar compreender como ocorrem os filtros que precedem a produção das notícias nas redações. No entanto, segundo teóricos como Mauro Wolf, o conceito de *gatekeeper* é insuficiente,

por restringir ao sujeito-jornalista uma ideia de subjetividade individualista ao fazer essas escolhas, descartando toda a rede de pressões organizacionais, ideológicas e burocráticas em que o profissional está inserido dentro dos veículos da mídia hegemônica.

A necessidade de estudar os procedimentos jornalísticos que tornam um fato noticiável ou não é reforçada ao se constatar que nunca houve espaço para apuração e cobertura de determinados assuntos, indivíduos e falas dentro das notícias da mídia hegemônica. Entre os fatores elencados pelo Manual da Folha de São Paulo como procedimento de seletividade e hierarquia de pautas, por exemplo, estão os assuntos de "incontestável interesse geral" e notícias de "utilidade pública". A partir desse mecanismo de priorização, nos perguntamos: temas de interesse incontestável para quem? Que interesse é elencado como "geral" e que interesse é considerado descartável? Em que momento as pautas negras tornam-se "notícias de utilidade pública"? Afinal, conforme o Manual,

> Selecionar significa também priorizar assuntos, mesmo em detrimento de outros, de modo a concentrar o trabalho principal da equipe naquilo que a edição julgar mais relevante.
> Assim, as pautas devem obedecer a hierarquias estabelecidas pelas editorias. Os fatos de incontestável interesse geral e as notícias de utilidade pública ocupam o topo da hierarquia das pautas. (FOLHA DE SÃO PAULO, 2001, p. 21)

Na cadeia produtiva da notícia, de acordo com Wolf (apud TRAQUINA, 2013, p. 75), os critérios de noticiabilidade são uma rede de regras, fatores e circunstâncias que atuam no processo de produção jornalístico (*newsmaking*), sendo os valores-notícia um conjunto de atributos práticos que influenciam não só na seleção, mas na hierarquização primária dos fatos escolhidos como relevantes para se tornarem notícia e interferem na seleção hierárquica posteriores desses assuntos no tratamento do material dentro das redações, influenciando em decisões secundárias como: qual fato deve estar na capa do jornal? Qual matéria será de página inteira e qual será apenas uma nota? Dentro da notícia, quais informações apuradas entrarão no lide[10] e quais serão descartadas? Quais notícias estarão na chamada dos telejornais? O processo de seleção e hierarquização é contínuo. Segundo Hall (1981), os valores-notícia são mais do que uma lista de atributos das notícias; não são naturais e nem neutros, são, de fato um código estrutural ideológico que "configuram um dos mais 'opacos arcabouços de sentido' da sociedade moderna; um tipo de

[10] O lide é o primeiro parágrafo de um texto jornalístico, que tem por finalidade resumir os aspectos mais importantes/inusitados/polêmicos da notícia e responder às perguntas básicas da reportagem: o que? Quem? Quando? Onde? Como? Por que?

‘estrutura profunda’ que não se faz transparente nem mesmo aos seus próprios operadores: os jornalistas” (HALL, 1981, p. 35).

Esses valores-notícia se dividem em valores de seleção e de construção. Os primeiros referem-se aos critérios que os jornalistas utilizam na etapa de produção, na decisão de escolher um acontecimento para virar pauta em detrimento de outro. Esses critérios se subdividem em dois grupos: “a) critérios substantivos, que dizem respeito à avaliação direta do acontecimento em termos da sua importância ou interesse como notícia; e b) critérios contextuais, que dizem respeito ao contexto de produção da notícia” (TRAQUINA, 2013, p. 75). Já os valores de construção são qualidades utilizadas na etapa de reportagem, de elaboração do corpo da notícia, e funcionam como linhas-guia do que deve ser realçado, priorizado ou omitido (que histórias nunca são contadas?). Merton e Lazarsfeld (1990) abordam sobre esse poder de ocultamento.

> A extensão da influência que os meios de comunicação de massa têm exercido sobre sua plateia deriva não somente do que é dito porém, mais significadamente, do que não é dito. Pois estes meios não somente continuam a afirmar o status quo, mas, na mesma medida, deixam de levantar questões essenciais sobre a estrutura da sociedade. (MERTON; LAZARSFELD, 1990, p. 116)

Analisando brevemente os valores-notícia de seleção, mais especificamente os critérios substantivos listados por Traquina (2013), são valores fundamentais para o jornalismo: a morte, o conflito e a infração. Isso significa que notícias que contenham assassinatos, homicídios, violências, ou algum rompimento da “ordem vigente” possuem maior valor-notícia e, por isso, mais chance de virar pauta. De acordo com o próprio autor, “onde há morte, há jornalistas” (TRAQUINA, 2013, p. 76) e explica que outros valores, como o de “notoriedade”, também entram em questão para julgar o interesse jornalístico na divulgação de algumas mortes e crimes e na irrelevância de outros, ou seja, algumas mortes tornam-se mais comoventes e sacralizadas que outras, num processo de hierarquização de cadáveres. Conforme Traquina (2013), a violência, o assassinato e os homicídios são valores-notícia presentes no jornalismo desde o surgimento dos primeiros informativos na Europa, explorando a negatividade como fator que confere mais noticiabilidade.

O processo de exclusão através do discurso aparece também no controle de quem está habilitado a falar nas notícias: as fontes. Além de determinar o que é notícia ou não, há uma hierarquização de quem pode falar a respeito, classificando, conforme Lage (2001), as fontes oficiais como as consideradas as mais confiáveis, que seriam aquelas mantidas pelo Estado e representantes oficiais de empresas e organizações.

Essas definições nos levam a concluir que existiriam fontes naturalmente dotadas de legitimidade e credibilidade, como políticos, empresários, líderes religiosos, porta-vozes de grandes empresas, executivos do mercado financeiro, diga-se, em nossa sociedade, em sua maioria homens e brancos. Considerados portadores de informações oficiais esses enunciadores aparecem em predominância nas reportagens, criando uma "hierarquia da credibilidade" (BECKER, 1976 apud TRAQUINA, 2013, p. 116). Sobre esse sistema, Traquina (2013) assevera que:

> Stuart Hall et al. argumentam que as concepções jornalísticas de "competência" e "credibilidade" ajudam a assegurar que as notícias estejam dependentes de fontes oficiais "legítimas". Hall et al. (1975:58) afirmam que a luta diária para negociar as exigências profissionais da fabricação de notícias produz "um sobreacesso aos *media* sistematicamente estruturado pelos que estão em posições institucionais poderosas e privilegiadas." (TRAQUINA, 2013, p. 117)

Dessa forma, aqueles que ocupam um cargo ou possuem título importante no Governo, em empresas ou instituições possuem um espaço de voz constante e garantido nas notícias, prevalecendo como supostos especialistas, que fornecem informações que não devem ser contestadas e que acabam assumindo um caráter de verdade. Uma legitimidade que deriva também do lugar cativo que é dado corriqueiramente àquelas fontes por uma instituição reconhecidamente oficial, os jornais. No Manual da Folha de São Paulo, as pessoas classificadas como fontes oficiais são denominadas "fontes tipo um", consideradas de alta confiabilidade e descritas como aquelas que

> tem um histórico de confiabilidade - as informações que passa sempre se mostram corretas. Fala com conhecimento de causa, está muito próxima do fato que relata e não tem interesses imediatos na sua divulgação. Embora o cruzamento de informação seja recomendável, a Folha admite que informações vindas de uma fonte um sejam publicadas sem checagem com outra fonte (FOLHA DE SÃO PAULO, 2001, p. 21)

Dentre os autores da Sociologia da Comunicação de Massa, esse é um mecanismo muito discutido. Merton e Lazarsfeld (1990), ao debaterem as funções sociais dos mass media, enumeraram entre elas a "função de atribuição de status", da qual emerge a falácia de que se você é "importante" estará no foco de atenção da massa, e se você está no foco de atenção da massa então você é alguém "importante".

> Os mass media conferem prestígio e acrescem a autoridade de indivíduos e grupos, legitimando seu status. O reconhecimento pela imprensa, rádio, revistas ou jornais falados atesta que uma nova personalidade despontou; um "alguém" de opinião e comportamento

> bastante significativos para atrair a atenção do público. O mecanismo desta função de atribuição de status é patente na propaganda-padrão com testemunhos, em que “pessoas importantes” endossam um determinado produto. (MERTON; LAZARSFELD, 1990, p. 110)

Estabelecendo um jogo de oposição às palavras utilizadas entre aspas pelos autores na citação acima concluímos que, pela lógica da mídia hegemônica, quem não aparece (deliberadamente) sob os holofotes e microfones não é “ninguém”, trata-se de sujeitos sem status suficientemente elevado para que a opinião importe para as outras pessoas. Inclusive, é notório compreendermos que apenas recentemente, fruto da luta por representatividade do Movimento Negro, pessoas negras passaram a figurar entre os que dão testemunhos de produtos em campanhas publicitárias, ou ocupar bancadas de programas jornalísticos de peso, porém com um longo caminho a trilhar ainda.

Bertolini (2016) observa os procedimentos do jornalismo sob a ótica foucaultiana, analisando a atividade jornalística como um dispositivo de controle que detém o poder simbólico de potencializar alguns discursos ao mesmo tempo que gera uma interdição de certas vozes e pautas. O poder de articular esse jogo da autorização e interdição discursiva e dos regimes de verdade dá à mídia um lugar de autoridade dentro do sistema. Não à toa o jornalismo convencionou-se como o “quarto poder”. Essa expressão teve origem em meados do século XIX e é utilizada para afirmar que os meios de comunicação de massa possuiriam um poder tão expressivo na sociedade quanto os três poderes do Estado (legislativo, executivo e judiciário). É um termo comumente utilizado para defender o discurso de uma mídia fiscalizadora dos três poderes e a serviço do interesse público na denúncia dos desvios e abusos cometidos num regime democrático.

No entanto, tomando a história da imprensa no Brasil como exemplo, que desde o seu surgimento esteve submetida ao poder político e econômico e até hoje está concentrada nas mãos de poucos grupos empresariais, compreendemos que esse quarto poder não está a serviço da vontade soberana do povo, mas sim comprometido com a agenda das grandes corporações da indústria, do agronegócio, dos bancos, etc. Trata-se de uma imprensa, lembra-nos Schwarcz (1987), que já nasceu sob o sustento de classificados de venda, aluguel, leilões de escravos e anúncios de recompensa para captura de escravos fugidos.

> Até inícios da década de 1880, grande parte dos anúncios que ocupavam os periódicos da época referiam-se a escravos. O cativo aparecia então vinculado a todo tipo de transação econômica: compra, venda aluguel, leilão, seguro, fugas, testamentos, alienação,

> empréstimos, hipotecas, penhora, doação, transmissão, depósito e usufruto.
> Tais anúncios encontravam-se fartamente distribuídos nos periódicos da época, sendo que, num só número do jornal (que contava em média com uns vinte anúncios de diferentes produtos e tamanhos), podemos encontrar aproximadamente uns seis anúncios referentes a escravos. (SCHWARCZ, 1987 p. 134)

E em se tratando do relacionamento dessa imprensa com o público leitor, Schwarcz (1987) identificou nos jornais do século XIX uma solidariedade visível entre o discurso das notícias e o senhor branco "afetado", representado pelo "nós", a "vítima", o "cidadão", ao passo que os negros, representam os "outros", "eles", "o vilão", "o degenerado", o "indigente", a "não pessoa", um mero desconhecido sem voz, até mesmo quando era explicitamente a vítima no acontecimento noticiado. Como a própria autora resume, o negro, na função de objeto dessas notícias, era parte de um processo em que não era ouvido e que não se dirigia a ele. Schwarcz (1987) reproduz o trecho de uma notícia que ilustra esse processo:

> 'Suicídio
> Ante-hontem foi lançado a um poço o negreiro José de 2 anos por sua mãe, a escrava de *nosso amig*o sr. Emilio Novaes, que num acto contínuo enforcou-se. Ignora-se se o suicídio teve por causa o desespero do facto consumado, o que é certo é que esse crime veio por em *sobressalto* o nosso *amigo* e sua estimável família, pois que não houve motivo algum plausível que provocasse semelhante acto'. (PROVÍNCIA DE SÃO PAULO, 1879 apud SCHWARCZ, 1987 p. 131, grifos da autora)

Essa cumplicidade e identificação das notícias com a "audiência branca e rica" é algo presente na mídia hegemônica até hoje. Em notícias de tiroteios e embates do tráfico com a polícia nas favelas, por exemplo, é frequente que os jornais alertem nos títulos das notícias que os eventos "assustaram a população", se referindo à quem mora nos bairros no entorno, como se o morador da favela, que está dentro da guerra, não fizesse parte do conjunto do que o jornal considera como "população" e não fosse a principal vítima da violência.

Olhar o fazer jornalístico sob essa perspectiva nos ajuda a ter a visão da notícia como um produto, cujo processo de construção envolve uma série de escolhas. E diante desses e outros mecanismos de controle na produção da notícia, o espaço de publicação para "as vozes dissonantes" nunca é dado, é sempre fruto de uma disputa, de uma reação dos indivíduos silenciados. Conforme veremos na próxima subseção, a mídia hegemônica utiliza-se da palavra, do discurso, para provocar a exclusão e a morte simbólica daqueles tipos sociais que o sistema deseja silenciar desde o

colonialismo, daqueles que não devem falar, que não deveriam nem mesmo viver, que tentaram eliminar através de um processo de silenciamento e branqueamento, mas que não se calaram no curso da história.

2.3 Necropolítica e mídia: o poder discursivo de tornar vidas negras descartáveis

Diante de uma sociedade em que “vozes brancas e negras” possuem valores diferentes, em que está naturalizado que ser branco significa deter o poder de descrever a “realidade” e construir as “verdades” e ser negro, colocado sempre à margem desse processo, torna-se sinônimo de ser primitivo, inferior, sem alma, entendemos que o jornalismo hegemônico possui uma grande parcela de responsabilidade na perpetuação da colonialidade no Brasil, principalmente pela produção de sentidos estanques sobre os negros, produzindo dados-verdade e conceitos universais, que se tornam inquestionáveis. Nesse sentido, Schwarcz (1987) compara o papel do jornalista ao de um xamã, citando Lévi-Strauss (1975).

> O jornal é eficaz, então, porque trabalha com e cria consensos, opera com dados num primeiro momento explícitos, e que na prática diária de repetições e reiterações tornam-se cada vez mais implícitos, reforçando-se enquanto verdades ou pressupostos intocáveis. Dessas verdades ninguém duvida, assim como não se questiona ou se busca explicar a cura feita pelo xamã. Portanto o jornal cria e recria consensos que a cada repetição necessitam de menos explicações. São verdades, verdades de um espaço inquestionável, páginas e páginas escritas com um poder talvez inigualável ao de um xamã. (SCHWARCZ, 1987 p. 248)

Entre os consensos criados com a ajuda da mídia no Brasil está a naturalização de discursos que inferiorizam os negros e a produção de enunciados que ajudaram a construir relações de poder, trabalho e direitos marcados pelo racismo. Então, se primeiro discutimos como os processos do fazer jornalístico influenciam na interdição das vozes negras, buscamos agora pensar o papel do discurso, dos estigmas e silenciamentos impostos com a ajuda da mídia na fixação de uma visão desumanizada do homem/mulher negros, abrindo espaços às políticas de extermínio da população negra no país.

O Brasil é um país historicamente marcado pelo assassinato e encarceramento em massa de pessoas negras, um genocídio que se iniciou com o deslocamento de cerca de 10 milhões de pessoas de maneira forçada na condição de escravos da África para o Brasil. O Mapa da Violência (WAISELFISZ, 2016) mostra que, entre 2003

e 2014, o número de mortos a tiros aumentou em 46,9%, e nesses 11 anos, a diferença entre o número de mortes de negros e brancos aumentou de 71,7% para 158,9%. Trata-se de uma política de extermínio, um processo sistemático de eliminação que teve origem no sequestro, na escravização e na exclusão de um segmento racial da população, posteriormente convertida em violência policial, segregação social e urbana, analfabetismo, desemprego e outros fatores que não findaram e seguem servindo de base das condições de extermínio dos negros no país. Contudo, esse não é o único tipo de violência contra a comunidade negra, que diante de todos esses sequestros, ainda foi vítima de um longo processo de silenciamento enquanto sujeitos e de apagamento de seus referenciais culturais e históricos, um processo de morte simbólica que é ao mesmo tempo causa e consequência do genocídio.

Diante desse contexto, nosso objetivo é debater como a mídia contribui para essa política da morte e da eliminação da população negra, materializada pela noção de “necropolítica” do filósofo e cientista social camaronês Achille Mbembe (2006), que amplia para uma perspectiva colonial o conceito de “biopoder” de Michel Foucault (2005), que discute as ferramentas de governo, as maneiras de reger e controlar os corpos dos indivíduos. São conceitos que vão contribuir para o entendimento de dois processos centrais: a colonialidade que atravessa a produção discursiva nos meios de comunicação sobre a população negra e a invisibilidade como uma construção discursiva: o poder de falar sobre “os outros” enquanto esses “outros” permanecem silenciados.

Nesse sentido, buscamos pensar sobre a centralidade da mídia num sistema de “bio-necropolítica”, em que o genocídio da população negra no Brasil é antecedido por uma morte simbólica, de direitos, de voz, de representação na sociedade, ceifando a importância dessas vidas até que se tornem descartáveis. Um processo de desumanização que perdura desde a colonização, conforme Bernardino-Costa e Grosfoguel (2016) explicam.

> No discurso colonial, o corpo colonizado foi visto como corpo destituído de vontade, subjetividade, pronto para servir e destituído de voz (hooks, 1995). Corpos destituídos de alma, em que o homem colonizado foi reduzido à mão de obra, enquanto a mulher colonizada tornou-se objeto de uma economia de prazer e do desejo. (BERNARDINO-COSTA; GROSFOGUEL, 2016, p. 3)

Em termos gerais, a biopolítica é uma forma de governar, na qual cabe ao poder do Estado prolongar a vida, através de técnicas disciplinares e regulatórias. Ao analisar os embates pela hegemonia, Gramsci (2000a) distingue duas esferas de

dominação disciplinar: a primeira, representada pela política e o Estado, que atua mediante aparelhos de coerção, como as forças policiais, militares e a aplicação das leis. A outra esfera é a sociedade civil, cuja dominação é fundada no consenso, representada por instituições responsáveis pela elaboração e difusão de ideologias e visões de mundo: a escola, os meios de comunicação, os partidos políticos, a Igreja, sindicatos, as artes, a ciência, etc. Dessa forma, fazendo uma ligação com o pensamento Foucaultiano em "Em Defesa da Sociedade" (FOUCAULT, 2005), a mídia, na função de dispositivo disciplinar e regulamentador da sociedade, funciona como uma agenciadora dos discursos, vozes e ideologias hegemônicos, contribuindo para o estabelecimento da "ordem" e para a fabricação de uma sociedade do consenso, que silencia, segrega e criminaliza aqueles sujeitos e pontos de vista que destoam, considerados "anormais". Sobre a representação desses atores que desafiam os valores de consenso na mídia, Traquina (2013) afirma que:

> Para além da esfera legítima controvérsia, estão os atores e pontos de vista políticos que os jornalistas e os valores dominantes rejeitam como marginais. Nesta esfera, a neutralidade entra de novo em declínio e os media noticiosos tornam-se, parafraseando Parsons, um "mecanismo de manutenção de fronteiras": desempenham o papel de expor, condenar ou excluir da agenda pública os que violam ou desafiam os valores de consenso, e apóiam a distinção consensual entre atividade política legítima e ilegítima. (TRAQUINA, 2013, p. 84)

Mbembe (2016), a partir das teorias foucaultianas, identificou a transformação da biopolítica em uma necropolítica, uma política marcada pelo poder de tirar a vida daqueles sujeitos cujos corpos foram desumanizados, considerados como os que não deveriam estar livres, que deveriam estar mortos. Uma política centrada no racismo e que o utiliza como parâmetro para a hierarquização das vidas que o Estado decide "fazer morrer". O autor destaca que o regime da necropolítica opera-se nas colônias desde o princípio das invasões europeias, marcadas pela morte, violência, crueldade e massacre contra aqueles sujeitos racializados que foram desprovidos de importância como seres humanos: os negros escravizados e os nativos primitivos.

Conforme o autor explica, na "guerra colonial" o direito soberano de matar não está sujeito a normas legais e institucionais. "Violência aqui, torna-se um componente da etiqueta, como dar chicotadas ou tirar a vida do escravo: um capricho ou um ato de pura destruição visando incutir o terror. A vida do escravo, em muitos aspectos, é uma forma de morte-em-vida" (MBEMBE, 2017, p. 123). De acordo com o autor, desde a colonização no Brasil já se afirmava um necropoder. E ainda que o colonialismo tenha acabado enquanto sistema, a colonialidade é reiterada e se atualiza cada vez mais sob diversos formatos, na cultura de extermínio, em modos de governar, na

organização territorial, nas relações sociais, como também nos discursos produzidos pelos meios de comunicação de massa.

Para entender esse processo de anulação da humanidade existente nos sujeitos negros e como isso se refletiu numa organização social, política e econômica do Estado Brasileiro, torna-se importante situar historicamente a imposição de certos discursos sobre o negro no Brasil, no intuito de compreender o caráter político dessa representação e desnaturalizar o contexto de criação desses enunciados de subalternização, especialmente sobre as mulheres e a juventude negra, que deixam marcas até hoje nos noticiários da mídia hegemônica.

Schwarcz (1987) mapeou os estereótipos negativos comumente empregados em relação aos negros nos jornais paulistanos no final do século XIX, que apresentavam semelhanças marcantes entre si a nível do discurso. A autora descreve que num primeiro momento, a partir de quando os negros passaram a figurar nos jornais, as notícias destacavam seus “dotes naturais” de brandura, submissão e dependência, que nada podia fazer sem estar sob a tutela do seu senhor. Após a primeira metade do século XIX, o negro passa a ser representado também nas outras seções dos jornais – mas nem por isso ganhou direito à palavra – e passa a ser redefinido não só como escravo, mas através de características morais, frutos de uma dita “degenerescência natural da raça”, apoiadas nas teorias raciais na época, como: o primitivismo, a corrupção, a loucura, a promiscuidade, a imoralidade, a desordem e com uma tendência natural à violência, ao crime e à embriaguez e aos maus hábitos.

Essa representação do negro como “coisa”, que remonta aos tempos da escravidão, ganhou respaldo com o pensamento científico de teorias racistas vindas da Europa no século XIX, que “provavam” que os negros pertenciam a uma linhagem humana diferente e inferior. Como defende Munanga (2009, p. 33), “numa época em que a ciência se tornava um verdadeiro objeto de culto, a teorização da inferioridade racial ajudou a esconder os objetivos econômicos e imperialistas da empresa colonial”.

Pensando sob o ponto de vista da linguagem, Schwarcz explica que nas seções de anúncios os escravos eram literalmente negociados utilizando-se os mesmos termos referentes às mercadorias, sendo, inclusive, muitas vezes, vendidos em lote ou como “ofertas especiais”. “Assim, como ‘peças bonitas’, ‘bonito lote’, ‘peças em liquidação’, ‘primeira ordem ou qualidade’, ‘bonita estampa’, os cativos eram

anunciados aos prováveis compradores" (SCHWARCZ, 1987 p. 135). Uma alienação[11] que passava pelo discurso, coisificando os negros e retirando-lhes todas as qualidades humanas, respaldando assim os açoites e patenteando a legitimação e a justificativa para a colonização e a escravidão.

Schwarcz (1987) aponta como a representação do negro na mídia mudou conforme a necessidade de divulgar determinadas ideias e concepções, porém permanecendo a ideia de inferioridade, sempre presente na reelaboração do racismo no Brasil. A autora relata que inicialmente havia um temor da elite nacional quanto ao "futuro racial" brasileiro, que via no elemento negro um mal, posição abertamente expressa nos discursos científicos eugênicos e em diversas fontes de produção simbólica e de "verdades", como a medicina, a antropologia, o direito e a literatura.

E, nesse cenário, a imprensa monarquista, conservadora e escravocrata, financiada por grandes proprietários rurais e senhores de escravos, compactuava com as teorias raciais e endossava o discurso de inferioridade moral e intelectual do negro nos jornais. Conforme Schwarcz, essa mesma imprensa escravocrata diluiu a luta abolicionista e o sentimento de insegurança social gerado pelas crescentes fugas e revoltas de escravos, agravado pelo pavor de uma insurreição generalizada como ocorreu na Revolução Haitiana em 1794. E já no pós-abolição os jornais rechearam seus editoriais com o "discurso idílico da convivência pacífica e harmoniosa entre raças no Brasil", o conhecido mito da democracia racial, sistematizado por Gilberto Freyre em Casa Grande e Senzala, invisibilizando os conflitos entre brancos e negros e construindo a ideia positiva e apaziguadora de um país mestiço, porém sempre mantendo a noção da superioridade dos brancos em relação aos negros.

Nesse contexto, a autora traz também análises sobre a teoria do branqueamento, que emergiu no pós-abolição e deixa suas marcas até hoje. Esta pressupunha nada mais do que um desejo expresso de eliminação dos negros, defendendo que em mais ou menos um século a raça negra tenderia a desaparecer, não somente por medidas como o incentivo à imigração branca, mas também pelas altas taxas de mortalidade de pessoas negras e mestiças (SCHWARCZ, 1987, p. 25), o que dialoga diretamente com o conceito da necropolítica, de fazer morrer os indesejáveis.

[11] Segundo Munanga (2012), a alienação é o estado do indivíduo em que, por fatores externos (econômicos, sociais, históricos, políticos ou religiosos), não mais dispõe de si, passando a ser tratado como objeto. Consequentemente, o indivíduo assim considerado torna-se escravo das coisas.

Diante dos estereótipos e estigmas identificados pela autora, nos questionamos: quantos desses discursos cunhados pela imprensa do século XIX permanecem no discurso midiático atual? Schwarcz destaca como “preconceitos implícitos e arraigados permanecem então intocados (se não na forma ao menos no conteúdo), mas agora não mais enquanto questões e sim como pressupostos inquestionáveis e por isso mesmo nem ao menos nomeados”. (SCHWARCZ, 1987, p. 256).

A reprodução deste imaginário colonial, do racismo como a condição de aceitabilidade do genocídio e do “direito” de matar ou de expor à morte, marcam a presença da raça na imaginação, na produção de um discurso de um inimigo ficcional, e como o racismo serve como mecanismo de divisão entre quem deve viver e aqueles sujeitos que representam um perigo biológico, os degenerados, os que devem morrer.

Dessa forma, vemos que o jornalismo hegemônico nos traz de uma forma muito presente a perpetuação dos mecanismos do necropoder colonial, em que os corpos negros são objetificados e desumanizados. Para exemplificar esse poder (e projeto) discursivo de tornar vidas negras descartáveis, resgatamos duas pautas, cronologicamente distantes uma da outra, mas que se aproximam no discurso e no assunto.

A pauta mais recente é sobre a morte de Cláudia Silva Ferreira, em março de 2014. Mulher negra, mãe de quatro filhos, 38 anos, foi baleada no pescoço e nas costas pela PM durante uma operação no Morro da Congonha, no Rio de Janeiro, em que, conforme moradores, os policiais chegaram atirando para todos os lados. Sob os protestos dos moradores que tentaram evitar que ela fosse levada pela PM, Cláudia foi jogada no porta malas da viatura com a porta destrancada. No trajeto para o hospital, o porta-malas abriu e Cláudia teve o corpo arrastado e dilacerado por 350 metros sem que os policiais dessem atenção aos apelos de motoristas e pedestres. A cena do corpo de Cláudia sendo arrastado foi filmada por um cinegrafista anônimo e o vídeo foi amplamente reproduzido pela imprensa.



Figura 4 – As fotos de Cláudia Ferreira sendo arrastada pela PM ainda circularam na imprensa quase um ano após sua morte.
Fonte: Jornal Extra Online (2015)

Quadro 1 - Títulos de notícias publicadas sobre o assassinato de Cláudia Ferreira

Veículo	**Título da notícia**
G1 17/03/2014	Moradores fecham via após enterro de arrastada por carro da PM no Rio
G1 17/03/2014	Mulher arrastada temia que filhos fossem confundidos com traficantes
G1 17/03/2014	'Estava com a perna em carne viva', diz amigo de mulher arrastada no Rio
O Globo 17/03/2014	PM determina a prisão de três policiais que socorreram vítima de tiroteio no Morro da Congonha
G1 18/03/2014	Arrastada por carro da PM do Rio foi morta por tiro, diz atestado de óbito
G1 18/03/2014	'Acharam que ela era bandida', disse filha de arrastada por PMs no Rio
Folha de São Paulo 18/03/2014	Mulher arrastada por carro da PM foi morta por tiro, aponta laudo
UOL Notícias	Cabral recebe família de mulher arrastada por viatura

19/03/2014	
Gazeta do Povo 18/03/2014	Dilma se solidariza com a família de mulher arrastada por PMs

(grifos nossos)

Num sistema de necropolítica, identificamos na morte de Cláudia um assassinato triplo. Primeiro sua morte ainda em vida, pela exclusão como sujeito social provido de direitos, de humanidade, de voz, uma morte simbólica que levou à sua morte real. A segunda morte se dá pela polícia, que identifica na cor da sua pele uma ameaça e no seu corpo ferido algo descartável. E a terceira, que gostaríamos de destacar dentro das reflexões até aqui empreendidas, é a banalização da mídia, em que os detalhes e as imagens bárbaras de sua morte foram diversamente reproduzidas em notícias sensacionalistas. Nos títulos acima, vemos que o nome de Cláudia é substituído por “arrastada” ou “mulher arrastada”, mesmo para ações que correspondem à Cláudia ainda viva (“temia que seus filhos fossem confundidos com traficantes) e diante de outros nomes próprios que tratam de demarcar quem é digno de ser chamado pelo nome (Cabral, Dilma). São operações discursivas que desumanizam, tirando a identidade da vítima e evidenciando o tratamento dado pela mídia a um corpo negro. Além disso, no título da notícia do jornal O Globo, vemos também como o verbo “socorrer” foi usado no enunciado “policiais que socorreram vítima de tiroteio”, omitindo que foi a própria PM que disparou os tiros e depois a arrastou após colocar seu corpo em um porta malas destrancado.

Em comparação à essas notícias, resgatamos uma segunda pauta, publicada no jornal Província de São Paulo pelo menos 130 anos antes da morte de Cláudia, que mostra que a desumanização dos negros no Brasil não se trata de uma coincidência, mas de um projeto de genocídio que iniciou com a colonização e ainda se encontra em curso.

> Hontem a tarde os moradores da rua Conselheiro Furtado foram testemunhas do modo brutal porque se fazem as missões nessa capital. Uma mulher preta em completo estado de embriaguez foi conduzida á estação de lava-pés, arrastada e ferida… (Província de São Paulo apud SCHWARCZ, 1987 p. 227)

Essa comparação nos permite entender com precisão o modo como se opera a manutenção dos discursos estereotipados sobre os negros na mídia hegemônica como parte de um mecanismo de controle que vai além da coerção, mas que é igualmente necessário à perpetuação da barbárie. O silenciamento imposto a esses

sujeitos, que nunca puderam falar por si, funciona como mais uma estratégia de controle e dominação, trata-se do mesmo silêncio que jogou um véu sobre o genocídio e o processo de subalternização dos negros no país.

Ao ler esses fragmentos de texto, uns do século XXI e outro do século XIX, entendemos que se trata da construção de um longo processo de interdição que contribuiu para a mortificação cultural, moral e psíquica desses sujeitos, através do esvaziamento de culturas inteiras, pela aniquilação de epistemologias, manifestações culturais, religiões, etc. Uma alienação que serviu de base para a opressão colonial, que se materializa no açoite, no estupro, na privação da liberdade e ainda se reproduz hoje pelo encarceramento, o assassinato e outras formas de eliminação dessas pessoas.

Entendemos que ao mesmo tempo que a mídia oferece suporte discursivo a uma necropolítica através da produção e reiteração de representações desumanizadas e estereotipadas dos negros como seres inferiores, ela os mantêm invisíveis e silenciados pela negação e a interdição de suas vozes e pautas nos produtos noticiosos. Dessa forma, o que vemos em curso no Brasil é um processo de exclusão pela linguagem, em que os discursos funcionam como dispositivos pré-extermínio desses sujeitos.

3 Midiativismo negro digital, contra-agendamento e a ruptura com os silêncios instituídos

A partir do surgimento das trocas comunicacionais multidirecionais na internet, os mecanismos de produção de verdades da mídia tradicional passaram a girar em falso, disputando o lugar intocável de produção de verdades com novos atores. Em nossa compreensão, o avanço da tecnologia, principalmente o acesso aos smartphones e às redes sociais, deu início a uma ressignificação não somente das mediações tecnológicas, mas das relações sociais, bem como de suas interatividades e modos de produção de subjetividades. Ou seja, tais tecnologias não teriam se inserido apenas como equipamentos, mas também construindo novos modos de agir e de ser no mundo.

Neste capítulo, além de contextualizar brevemente o surgimento de um midiativismo negro digital que ampliou a visibilidade às discussões sobre raça e racismo nas redes, faremos também as análises das notícias que selecionamos para compor o nosso córpus, buscando compreender através de elementos linguísticos presentes nesses textos como as tensões geradas por esses novos atores através dos meios digitais repercutem na agenda da mídia hegemônica atualmente.

Olhando inicialmente do ponto de vista da comunicação de massa, podemos afirmar que inauguramos nas últimas décadas novos paradigmas comunicacionais, baseados no diálogo, na interatividade e no que André Lemos chama de "liberação do polo da emissão"[12] (LEMOS, 2003, p.11). Este conceito, utilizado por diversos autores do campo da comunicação, está relacionado ao fato de que anteriormente o "campo da emissão" era de controle das grandes empresas de comunicação de massa e hoje o antigo "receptor" também detém inúmeras formas de emissão de informação.

[12] Nesse debate, o qual não aprofundaremos neste trabalho, torna-se importante destacar que ainda que autores de referência no campo da comunicação online, como André Lemos, tenham registrado em algum tempo em suas pesquisas que as trocas comunicacionais na internet tenham representado uma mudança no paradigma da comunicação que era baseado em um esquema "um-todos" e supostamente passaria a uma perspectiva "todos-todos", ainda existe um forte caráter de exclusão no meio digital no país, que precisa ser destacado. Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (IBGE, 2016), enquanto 98,1% dos domicílios brasileiros possuem ao menos um aparelho de TV, apenas 63,6% dos domicílios brasileiros possuem acesso à internet, sendo que 60,3% do total de casas tiveram acesso unicamente por meio de dispositivos móveis. A pesquisa mostrou ainda que apenas 32,7% das pessoas que ganham menos do que 1/4 do salário mínimo possuíam acesso à internet. Portanto, embora as mídias digitais configurem-se como mais participativas e democráticas, não pode haver a ilusão de que vivemos atualmente uma completa democratização dos meios de comunicação no país.

> Ao ter em mãos o controle de meios de produção de informações e o domínio dos códigos de emissão, os "indivíduos comuns" dispensam intermediários para registrarem os fatos, tendo a condição de interferir o que Sodré (1984) classifica como o monopólio da fala, instituído pelos grandes veículos de comunicação. (ALMEIDA; PAIVA, 2014, p. 50)

Para Raquel Recuero (2011), as novas possibilidades da internet transformaram cada pessoa/grupo/organização em uma mídia em potencial e independente, afetando os meios de comunicação tradicionais. A autora traz alguns questionamentos que dialogam diretamente com o objeto desta pesquisa e que servirão para subsidiar esta etapa, como: qual é o papel reservado ao jornalismo da mídia massiva na era das redes sociais? O jornalismo continua a deter o "lugar de fala" da credibilidade e legitimação das notícias?

Nesse contexto, assistimos à emergência de blogs, *sites*, portais de conteúdo, páginas no *Facebook*, canais no *Youtube* e muitos outros meios de produção e reprodução de conteúdo sobre a questão racial que se multiplicaram na internet. Com diferentes formatos (texto, vídeos, fotos), que se modificam continuamente, essas mídias e redes negras revelaram as potencialidades do ambiente digital para o exercício da contra-hegemonia. Nosso estudo é especificamente no campo do combate ao racismo, em que discursos de empoderamento, de ressignificação, de luta por representação e por voz emergem das diferentes mídias e redes negras digitais e passam a operar como uma forte contestação frente à histórica desumanização do negro e à invisibilização das vozes e das pautas ligadas à questão racial. São novas fontes de resistência, de luta pelos significados, que desestabilizam, por vezes, o consenso criado pela mídia hegemônica em torno do racismo brasileiro.

É importante delimitarmos que o foco desta pesquisa é no midiativismo negro digital como instrumento de resistência, de contestação dos poderes estabelecidos e de construção de narrativas contra-hegemônicas. E embora haja no campo dos estudos de comunicação diversas outras terminologias para movimentos de mídia (“mídia alternativa”, “mídia independente”, “mídia contra-hegemônica”, “mídia livre”, “mídia radical alternativa”, etc), a escolha do conceito de “midiativismo” neste trabalho se deu pela aproximação desta expressão midiática com as características e propostas de enfrentamento dos recentes movimentos de redes antirracistas, principalmente no sentido de recriar, reconstruir e propor novas narrativas destoantes das versões da grande mídia sobre a questão racial no Brasil. Entendemos como midiativismo digital (em inglês *media activism*) como a instrumentalização da Internet em lutas políticas (MEIKLE, 2002). Trata-se de movimentos sociais de mídia

independente que utilizam dispositivos digitais, tecnologias e processos colaborativos de comunicação em rede visando a transformação política e social. Através dessas iniciativas, que Castells (2017) denomina como “movimentos em rede”, acompanhamos o avanço do poder transgressor de poder falar e o impacto revolucionário que essas vozes oprimidas despertam na sociedade,

> Porque as pessoas só podem desafiar a dominação conectando-se entre si, compartilhando sua indignação, sentindo o companheirismo e construindo projetos alternativos para si próprias e para a sociedade como um todo. Sua conectividade depende de redes de comunicação interativas. (...) Além disso, é por meio dessas redes de comunicação digital que os movimentos vivem e atuam, certamente interagindo com a comunicação face a face e com a ocupação do espaço urbano. Mas as redes de comunicação digital são um componente indispensável na prática e na organização desses movimentos tal como existem. (CASTELLS, 2017, p. 199)

Diante disso, compreendemos que, embora com o advento das novas tecnologias de comunicação cada usuário da rede possa ser um produtor de conteúdo em potencial, isso não faz de todo membro dessas redes um sujeito midiativista. É algo que vai depender de diversos fatores, principalmente dos usos e propósitos que esse sujeito faz de suas redes e se está inserido em coletivos ou luta em prol de uma causa específica. Sobre o conceito de midiativismo, Braighi e Câmara defendem que:

> Midiativismo só se faz com midiativistas, sujeitos portadores de uma vontade solidária, que empreendem ações diretas transgressivas e intencionais, e veem as próprias capacidades de intervenção social, antes localizadas, sendo potencializadas. Isso, por meio de um registro midiático que visa necessariamente amplificar conhecimento, espraiar informação, marcar presença, empreender resistência e estabelecer estruturas de defesa. (BRAIGHI; CÂMARA, 2018, p.36)

Ao abordarmos o movimento de midiativismo negro na internet é importante reconhecer e elucidar que os diversos canais que se multiplicam hoje são resultado de uma luta histórica por voz, que enfrentou perseguições e escassos recursos financeiros para se sustentar ao longo da história. Tais condições precárias fizeram com que a maioria dessas iniciativas no passado tivessem uma curta duração. Portanto, nesse processo, é preciso se reconhecer a imprensa negra como instrumento de luta antirracista frente à sociedade, fator fundamental na construção de identidades negras no Brasil e na produção dos enunciados de empoderamento racial e de resistência ao racismo que reverberam nas redes atualmente. Essa trajetória também serve para entender como as mídias e redes negras digitais tornaram-se rotas/caminhos novos de expressão, reconstrução e celebração dos discursos já colocados pela imprensa negra desde o século XIX.

> A imprensa negra paulista, com suas diferentes perspectivas, pode ser considerada como produtora de saberes emancipatórios sobre a raça e as condições de vida da população negra. (...)
> A imprensa negra rompe com o imaginário racista do final do século XIX e início do século XX que, pautado no ideário do racismo científico, atribuía à população negra o lugar de inferioridade intelectual. Os jornais tinham um papel educativo, informavam e politizavam a população negra sobre os seus próprios destinos rumo à construção de sua integração na sociedade na época. (GOMES, 2017, p. 29)

Foi a partir do processo de redemocratização e abertura política no final da década de 80 que os discursos sobre a consciência racial e a positivação das identidades negras passaram a adquirir corpo na esfera pública no Brasil. Com o advento dos novos movimentos sociais e suas políticas identitárias, o movimento negro brasileiro – identificado com as bandeiras dos direitos civis dos EUA e das lutas pela independência das colônias africanas – passou a construir o debate sobre identidades negras e afro-brasileiras. Conforme Gomes (2012), foi neste período pós-redemocratização que um outro perfil de movimento negro passou a se configurar, iniciando um processo de politização e ressignificação da raça. "Foi nesse momento que as ações afirmativas, que já não eram uma discussão estranha no interior da militância, emergiram como uma possibilidade e passaram a ser uma demanda real e radical, principalmente a sua modalidade de cotas" (GOMES, 2012, p. 738)

Nesse novo contexto do movimento negro, as ideias socialistas e de luta pelo fim da sociedade de classes, que figuravam entre as tendências majoritárias que dirigiam o movimento até este período, deram lugar a novas pautas de empoderamento e promoção da consciência negra. Emergiram também as propostas de reparação através ações afirmativas e políticas públicas que atendessem à essa parcela da população historicamente discriminada e impactada pelo racismo e suas consequências. Esse movimento reverberava no Brasil a dimensão que o debate étnico/racial estava adquirindo também no plano internacional, tendo como um dos marcos a Conferência de Durban[13], em 2001, na África do Sul, que repercutiu também dentro da academia. Podemos destacar também no período a criação da Associação Brasileira de Pesquisadores Negros (ABPN) e o surgimento dos Núcleos de Estudis Afro-Brasileiros (NEABs) nas universidades.

O Brasil pós-Durban pressionou a corrida presidencial a adquirir compromissos com uma agenda antirracista. A partir do primeiro mandato do PT, em 2002, o então Presidente Luís Inácio Lula da Silva acenou positivamente para algumas expectativas

[13] III Conferência Mundial contra o Racismo, a Discriminação Racial, a Xenofobia e Formas Correlatas de Intolerância, que ocorreu em 2001, em Durban, na África do Sul.

do movimento negro por políticas públicas compensatórias, com ações como a criação da Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial (Seppir) em 2003; a Secretaria de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade (SECAD), em 2004; a Lei 10.639 de 2003, que tornou obrigatório o ensino de História e Cultura Africana e Afro-Brasileira no currículo da educação básica; o Estatuto da Igualdade Racial em 2010; a Lei de Cotas para o Ensino Superior em 2012; e a Lei de Cotas em concursos públicos em 2014. Gomes (2017) explica como essas mudanças se deram:

> A universidade, os órgãos governamentais, sobretudo o Ministério da Educação, passam a tematizar sobre as desigualdades raciais. As pesquisas e políticas educacionais, os indicadores de avaliação escolar, o campo da antropologia, da sociologia, da história e da saúde começam a dar um outro destaque à questão racial. O campo do direito começa a ser pressionado para dar respostas que contemplem a justiça social e a diversidade. O debate político sobre raça é recolocado no Brasil em outros moldes, trazendo à cena pública posições que desde a ditadura pareciam ter sido superadas e desvelando que algumas heranças do racismo científico permanecem até hoje, mesmo entre os intelectuais considerados progressistas. (GOMES, 2017, p. 71)

Num contexto que reúne o emergir de novas dinâmicas comunicacionais, com o desenvolvimento de redes horizontais de comunicação multidirecional, as plataformas de internet passaram a ser os novos territórios de um midiativismo negro, não necessariamente ligados a movimentos partidários. A partir dos anos 2000, coletivos de juventude passaram a se organizar dentro do ambiente digital – as novas redes de negritude[14] –, impactando a valorização de uma identidade racial afro-brasileira e de um novo caráter da luta pela superação do racismo e pela emancipação social dos negros no Brasil. Cogo e Machado (2010) analisam as modalidades de participação das populações negras na gestão e produção de espaços comunicacionais próprios. Redes nas quais

> podemos observar a emergência de uma cidadania comunicativa em que o movimento negro se volta à geração e distribuição de conteúdos com o objetivo de pluralizar as representações do negro no universo das mídias (vinculadas ou não ao movimento) e construir, pautar e difundir o debate sobre a cidadania dos afrodescendentes. No marco dessa cidadania, o movimento empenha-se, ainda, na gestão e produção de espaços comunicacionais próprios que se pautam pela ampliação do acesso e da participação dos afro-brasileiros nas tecnologias da informação e comunicação (jornais, rádios, sites, portais, blogs, etc.). Esses espaços próprios orientam-se igualmente à tematização das demandas por cidadania das populações negras, além de tornarem espaços de inclusão e

[14] Termo utilizado por Cogo e Machado (2010) sobre os diversos usos de tecnologias para uma cidadania comunicativa dos afro-brasileiros.

> capacitação comunicacionais dos afrodescendentes. (COGO; MACHADO, 2010, p. 2)

Os diversos canais funcionam como polos de ativismo e produção de conteúdo, criticando e se posicionando sobre processos excludentes e ampliando através das redes o debate sobre temas como cotas para educação, saúde da população negra, combate ao genocídio de jovens negros, denúncia do racismo institucional e valorização das identidades e expressões culturais negras. Tais discursos funcionam como uma forte contestação frente à histórica representação estereotipada do negro e à invisibilização da voz e das pautas ligadas à questão racial na mídia hegemônica. São centenas de novas fontes de resistência, de luta pelos significados, fazendo deslizar sentidos cristalizados e revertendo estereótipos. Um eco impossível de calar, que emana das redes e cava espaço na mídia massiva. Cogo e Machado (2010) comentam sobre o modo de funcionamento dessas redes de negritude:

> A exemplo de outros movimentos sociais organizados em rede, também o movimento negro experimenta a combinação e complementaridade nos usos de tecnologias da informação e comunicação que se caracterizam por continuidades, justaposições e rupturas entre as chamadas novas mídias e ferramentas tradicionais assim como entre gêneros, estéticas e linguagens ou, ainda, entre modos de gestão e produção mais ou menos individuais e coletivos (COGO; MACHADO, 2010, p. 10)

Esse movimento de midiativismo negro digital recolocou na esfera pública discussões que foram pautadas por décadas pelo movimento negro e posteriormente pela academia, porém sem repercussão na mídia hegemônica. Denúncias e discussões históricas do movimento negro antes restritas ao espaço acadêmico e da militância – como africanidades, educação das relações étnico-raciais, questões quilombolas, religiões afro-brasileiras e a ressignificação da violência do Estado contra os negros como genocídio – passaram a ser discutidos amplamente no ciberespaço e a figurar, muitas vezes sob pressão, as notícias dos grandes jornais.

3.1 A constituição do córpus de análise

A partir desse cenário, constituímos um córpus de análise, em que discutiremos uma das hipóteses centrais desta pesquisa, que envolve a noção de

contra-agendamento[15], na qual a sociedade, principalmente através dos meios digitais, força a visibilidade de temas de interesse público, pressionando assim a inclusão de discussões na produção jornalística da mídia hegemônica.

A noção de contra-agendamento compreende um conjunto de atuações que passam estrategicamente pela publicação de conteúdos na mídia, cujo êxito depende da forma como o tema contra-agendado é tratado pela mídia, tanto em termos de espaço, quanto em termos de sentido produzido. Pode-se então afirmar que o contra-agendamento de um tema pode ser parte de uma mobilização social ou parte de um plano de enfrentamento de um problema, corporativo ou coletivo. (SILVA, 2007, p. 84).

Embora este trabalho já tenha iniciado desde o primeiro capítulo uma análise de um processo histórico que reúne mídia e racismo no Brasil, selecionamos 11 notícias entre maio de 2017 e setembro de 2018, período em que se deu a fase de geração de dados da pesquisa. A delimitação de um espaço de tempo para captação de notícias pretendia possibilitar compreender mais de perto as tensões geradas pela pressão das redes de negritude na agenda e na cobertura da mídia hegemônica.

Dois critérios básicos orientaram o levantamento das pautas: a) o aparecimento de discursos contra-hegemônicos que não estão comumente presentes nas dinâmicas cotidianas da mídia; b) notícias publicadas pela mídia hegemônica a partir de uma pressão, de um contra-agendamento advindo das redes.

Destacamos dez pautas/acontecimentos que foram veiculados em dias e veículos diferentes, das quais escolhemos quatro para fazer uma posterior análise discursiva das notícias que repercutiram tais assuntos. As pautas coletadas estão listadas na tabela a seguir, ordenadas a partir do mês e ano do acontecimento.

Quadro 2 - Listagem de pautas levantadas entre Maio/2017 e Setembro/2018

Mês/ano	**Pautas selecionadas**
maio/2017	Críticas ao clipe da música “Você Não Presta” da cantora Mallu Magalhães
set/2017	Denúncias sobre a publicidade do Metrô Rio “Conectando o Rio de ponta a ponta”

[15] A hipótese do contra-agendamento parte da teoria do agendamento (*agenda setting*) já explicada anteriormente. (MCCOMBS E SHAW, 2000).

outubro/2017	Movimento contra a campanha “Black is Beautiful”, lançamento do papel higiênico preto da marca Personal;
novembro/2017	Movimento pela demissão de William Waack após a divulgação de um vídeo em que o jornalista profere a frase racista “é coisa de preto”
fevereiro/2018	Vídeo de ativistas negros alertando a população negra como agir durante intervenção militar no Rio de Janeiro;
maio/2018	Movimento de ocupação #MarciaFica na PUC-SP pela permanência de professora negra do curso de Serviço Social
junho/2018	Denúncias contra a falta de representatividade negra na novela Segundo Sol, da Globo;
junho/2018	Movimento que questionou a escolha de uma atriz parda para representar D. Ivone Lara em musical
junho/2018	Denúncia de racismo nos jogos universitários de Direito no Rio de Janeiro
setembro/2018	Prisão de advogada negra em audiência em Duque de Caxias

Como não poderia ser diferente, as pautas levantadas refletem, em algum grau, a conjuntura política do Brasil no período de seleção dos eventos, mas também é representativo de uma conjuntura muito mais ampla, que vem se construindo no país em torno da questão racial.

Das dez pautas listadas no quadro, escolhemos as quatro acima destacadas para serem analisadas. A escolha se deu principalmente em torno das seguintes razões: a) são pautas que foram amplamente cobertas por diferentes veículos mídia hegemônica, que nos forneceram material suficiente para análise e comparação; b) são notícias que permitiram agrupar marcas linguísticas semelhantes a fim de identificar padrões discursivos da mídia hegemônica na repercussão de diferentes

denúncias de racismo; c) são assuntos que compõem o contexto que envolve raça, silêncio e dissimulação do racismo no Brasil.

Durante o período do levantamento, muitas outras notícias e reportagens que envolviam questões raciais estiveram presentes em veículos da mídia tradicional, porém não com as características que estipulamos para a delimitação do córpus[16].

Diante da crise não somente econômica, mas também de autoridade, na qual os grandes grupos de mídia se encontram, é cada vez mais comum a necessidade comercial de adequar-se à audiência, publicando reportagens sobre identidade negra, que abordem o empoderamento da mulher negra, a valorização do cabelo crespo e muitas outras pautas que costumam sair nos cadernos de cultura e nos "enlatados de amenidades". No entanto, essas notícias não entraram no nosso levantamento, em parte porque o que nos interessa discutir é a permanência do racismo institucional na política editorial do jornalismo diário desses veículos, ou seja, nas notícias de política, economia, cidade, as chamadas *hard news*. E, a fim de analisar especificamente o fenômeno do contra-agendamento, que irrompe a agenda da mídia hegemônica e a força a publicar assuntos que vão além do que ela costuma abordar em relação à população negra.

A princípio, ao olhar para as notícias que representam cada pauta, cheguei a uma amostra final ampla e diversa que, à primeira vista, apenas tinha em comum o fato de serem notícias sobre racismo e sobre questões raciais no Brasil publicadas na mídia hegemônica como resposta a um movimento de midiativismo negro digital. Porém, em se tratando de análise do discurso, a reunião dessas notícias por si só já possui valor como mapeamento de um cenário, um levantamento processual, que deve ser levado em consideração como percurso de pesquisa. Dessa forma, essa seleção não pode ser considerada um movimento à parte na constituição do córpus, visto que são as minhas visões e interesses específicos enquanto pesquisadora que

[16] No mês de março de 2018, durante a fase de coleta de dados da pesquisa, ocorreu no Rio de Janeiro o assassinato da vereadora Marielle Franco (PSOL), 38 anos, negra, de orientação de esquerda, cujas reivindicações principais eram as lutas pelos direitos humanos, feminista e antirracista. Crítica da intervenção militar no Rio de Janeiro, a vereadora denunciava os abusos da polícia e a atuação das milícias nas favelas. As notícias sobre o assassinato da vereadora e das manifestações de rua em decorrência de seu assassinato estiveram por meses nas principais publicações da mídia hegemônica, e embora sejam de grande importância política, e possuam marcas fortes em relação à questão racial e estejam povoadas de discursos contra-agendados das redes, optamos por não incluí-las no córpus por entender que a pauta do assassinato de Marielle transcende os critérios que estabelecemos para as análises. O assunto ganhou importância internacional principalmente pela brutalidade do crime e pelo caráter político de sua execução, além da pressão das manifestações de rua nos dias seguintes ao seu assassinato, sendo difícil distinguir o real impacto das redes de midiativismo negro no agendamento e na publicação dessas notícias.

mobilizaram a escolha desses eventos. São elementos que fui alçando, linhas que fui compondo, evidências de uma paisagem que envolve “fenômenos discursivos que se desdobram em superfícies textuais importantes” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2016, p. 138), construída num processo metodológico que não corresponde necessariamente a condições sistemáticas pré-determinadas.

> Em Análise do Discurso, no entanto, como em outras ciências sociais, geralmente é o corpus que de fato define o objeto de pesquisa, pois ele não lhe preexiste. Mais precisamente, é o ponto de vista que constrói um corpus, que não é um conjunto pronto para ser transcrito. (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2016, p. 138)

Portanto, ainda conforme Charaudeau e Maingueneau (2016), o modo de constituição do córpus não é “um simples gesto técnico que responde às exigências ordinárias da epistemologia das ciências sociais: é problemática na medida em que coloca em jogo a própria concepção da discursividade, sua relação com as instituições e o papel da análise do discurso.” (p. 139). Os autores defendem que a construção de um ponto de vista sobre dados discursivos – o que estamos habituados a denominar de análise – começa, na verdade, na própria constituição do córpus, no movimento simultâneo de delimitar e produzir dados (e não simplesmente coletá-los) sobre os eventos selecionados.

O critério principal estabelecido para o levantamento dos eventos foi o contra-agendamento, o movimento dialógico (BAKTHIN, 2000) de produção de enunciados nas redes que, por pressão, ativa um eco na mídia tradicional. Ou seja, a maneira como a mídia hegemônica é pautada pelo midiativismo negro digital e repercute uma notícia, reconstituindo o caminho de um debate feito inicialmente nas redes. Selecionamos notícias que muito provavelmente não estariam na agenda da mídia hegemônica se não fosse pelo tensionamento causado por esses novos sujeitos enunciadores. Dessa forma, as notícias selecionadas durante o período da pesquisa formam um conjunto que chamaremos de “notícias-respostas”, que respondem não somente aos discursos anteriores produzidos nas redes de midiativismo negro digital, mas também estabelecem uma relação dialógica com possíveis enunciados futuros, mantendo em si traços da presença desse duplo-dialogismo.

Observando as “notícias-respostas” selecionadas, percebemos que mesmo que muitas delas tragam enunciados de denúncia e resistência em relação às questões raciais no Brasil, há a presença de marcas linguísticas que indicam, ao mesmo tempo, uma desqualificação e desestabilização desses discursos produzidos pelas redes. Portanto, entendemos que o fenômeno do contra-agendamento é mais

complexo do que simplesmente uma repercussão de pautas, argumentos e vozes silenciados pelo jornalismo da mídia hegemônica.

Apesar de todas as notícias do córpus terem sido escolhidas porque representam, sob o nosso ponto de vista, casos de contra-agendamento a partir das redes, ao olharmos com mais cautela para a forma como essas pautas são reiteradas pela mídia hegemônica, percebemos que elas apresentam tratamentos e abordagens completamente distintas. Levantamos, assim, algumas questões importantes: o que os textos que provocaram esse movimento de contra-agendamento têm em comum? Existe neles uma mesma natureza de denúncia? Em que essas denúncias diferem entre si? Como são construídas as "notícias-respostas" da mídia hegemônica a esses textos? Como os casos de racismo levantados pelas mídias e redes negras são (re)apresentados nas "notícias-respostas" da mídia hegemônica?

Numa análise preliminar, identificamos que o caráter de denúncia se fez presente em todas as notícias levantadas, todavia, dentro do conjunto de notícias selecionadas, identificamos diferentes tipos de denúncias relacionadas ao racismo. Essas diferenças foram determinantes no tratamento dado pela mídia hegemônica a essas pautas, como, por exemplo, em relação aos sujeitos que sofreram as denúncias, se são pessoas ou empresas/marcas que estão envolvidas, se é racismo pessoa-pessoa ou um caso de racismo institucional, se é alguma denúncia relacionada a políticas ou instituições do Estado, se as denúncias são contra pessoas ou produções da própria mídia, e, principalmente, em relação ao tamanho da repercussão que essas denúncias ganharam nas redes. Todos esses fatores influenciaram na forma como essas notícias repercutiram na mídia hegemônica, como veremos a seguir. Como exemplo, podemos mencionar as denúncias de racismo sobre o jornalista William Waack, em novembro de 2017, âncora do Jornal da Globo na época, em que ele é filmado reclamando do comportamento de um motorista que fazia barulho do lado de fora do estúdio e dizendo que se tratava de "coisa de preto". O vídeo foi publicado no Youtube um ano após o ocorrido e nos dias que se seguiram à sua publicação ficou entre os assuntos mais comentados do Twitter, virou notícia nas redes sociais e nos canais de midiativismo negro, no entanto, a repercussão na mídia hegemônica não foi expressiva. Por se tratar de uma forte denúncia de racismo contra um jornalista da própria emissora no exercício de sua função, que resultou no afastamento do jornalista e na sua posterior demissão, os canais ligados à Globo não publicaram o caso como notícia, como ocorre com denúncias semelhantes, e apenas a Folha de São Paulo apresentou uma cobertura tímida sobre o ocorrido.

A partir dessa compreensão, chama-nos a atenção o fato de que, possivelmente, se não fossem a pressão e a força dessas novas vozes que fazem emergir a discussão e o aprofundamento dessas denúncias, essas pautas continuariam escapando aos critérios de noticiabilidade da mídia hegemônica e cairiam na mesma matriz de invisibilização/ silenciamento a que estiveram destinadas até hoje no Brasil. Algumas marcas linguísticas permitem que façamos essa afirmação, que serão tratadas com mais detalhes no decorrer das análises, sendo a principal delas o fato de que grande parte dos veículos, ao publicarem essas denúncias, chamam a atenção para a viralização do assunto na internet e para o grande número de pessoas se manifestando sobre o assunto, evidenciando que a pressão gerada no interior das redes é fator primordial para a inclusão da pauta na agenda hegemônica. Trata-se de denúncias que se mostraram relevantes para a sociedade a ponto de se tornarem virais nas redes sociais, e que em conjunto revelam a presença diária do racismo nas relações pessoais e institucionais no Brasil, mas que só se tornaram objetos de apuração e passaram a compor a agenda da mídia hegemônica após a pressão das redes.

Identificamos que os acontecimentos que figuram como fatos jornalísticos dessas notícias, ou seja, que motivaram a publicação das mesmas, muitas vezes são as próprias denúncias das redes e a viralização das mesmas, e não os acontecimentos ou fatos primários que as desencadearam. No caso das “notícias-respostas” especificamente sobre casos de racismo, por exemplo, o que virou pauta não foi o racismo em si, mas as publicações nas redes que trouxeram as denúncias de racismo, como veremos a seguir.

E tendo em vista que estamos diante de um contexto de produção discursiva atravessado por complexas instâncias de coerção, buscando melhor operacionalizar as análises, utilizaremos como procedimento metodológico nessa fase a noção de semântica global proposta por Maingueneau (2008), que nos permite entender que, em um texto, a forma e o conteúdo não estão dissociados e se relacionam em todos os planos discursivos, elencados por Maingueneau (2008) como sendo a intertextualidade, o vocabulário, os temas, o estatuto do enunciador e do coenunciador, a dêixis enunciativa, o modo de enunciação e o modo de coesão. Sendo assim, como afirmam Rodrigues e Rocha (2010):

> [...] observar como os discursos estão-se construindo requer que os tomemos como um modo de apropriação da linguagem socialmente constituído. Sendo assim, mais do que com o conteúdo temático, os efeitos de sentido que se produzem têm a ver com o lugar sócio-histórico de onde o tema é falado e, consequentemente, com o modo

> pelo qual ele é falado. Trata-se de uma complexidade que só faz ratificar um modo de funcionamento discursivo compatível com os princípios de uma semântica global. (RODRIGUES; ROCHA 2010, p. 207)

Dessa forma, compreendendo que os discursos são materializados dentro de um sistema de coerções semânticas globais, antes de iniciarmos as análises faz-se necessário delimitar que não focaremos nossos esforços somente na busca de traços específicos, mas, posteriormente, também na pesquisa de um conjunto de marcas que possibilitem compreender, por meio de indícios que a materialidade do discurso permite observar, como as notícias da mídia hegemônica repercutem os discursos antirracistas pautados pelas redes de midiativismo negro digital.

3.1.1 "Você não presta": o uso do discurso relatado para relativizar o racismo

Neste item, ao olharmos para algumas das notícias selecionadas, faremos a análise do discurso relatado como marca linguística, a fim de compreender como se dá a localização dos discursos das redes de midiativismo negro digital na superfície textual das "notícias-respostas" da mídia hegemônica e de que forma, através do discurso relatado, o enunciador-jornalista se esquiva da responsabilidade pelos enunciados antirracistas contra-agendados pelas redes.

A noção de discurso relatado (DR) que trazemos aqui é mesma utilizada por Sant'Anna (2003) dentro da Análise do Discurso de orientação enunciativa, que identifica o discurso relatado como organizador principal da notícia. Conforme Maingueneau (1976), o processo da citação, que remete a uma caso elementar de heterogeneidade mostrada, consiste em "retirar um material já significante de dentro de um discurso para fazê-lo funcionar dentro de um novo sistema significante" (MAINGUENEAU, 1976 apud BENITES, 2002, p. 57). Trata-se de uma espécie de evocação da palavra alheia.

Conforme a autora, o enunciador-jornalista, ao criar um espaço enunciativo marcado como diferente do seu para introduzir o discurso relatado, o faz com uma estratégia de atribuição da palavra ao outro a partir de mecanismos discursivos. Maingueneau (1989, apud SANT'ANNA, 2003) explica como esse processo de dar a autoria de um enunciado ao outro serve tanto para conferir um status de verdade quanto o contrário.

> O distanciamento estabelecido pelo discurso citante, entretanto, guarda uma relação de ambigüidade com o discurso citado: "o locutor citado aparece, ao mesmo tempo, como o não-eu, em relação ao qual o locutor se delimita, e como 'autoridade' que protege a asserção. Pode-se tanto dizer que 'o que enuncio é verdade porque não sou eu que o digo', quanto o contrário" (MAINGUENEAU, 1989, apud SANT'ANNA, 2003, p. 174).

Ao analisar as diferentes formas de citação dos discursos das redes de midiativismo negro na superfície textual das "notícias-respostas" da mídia hegemônica, verificamos que é comum a presença de enunciados como: "acusado de racismo", "relatam racismo", "considerada racista" nas notícias sobre denúncias contra-agendadas pelas redes, como no caso das manchetes das três notícias abaixo, que compõem o nosso córpus:

Quadro 3 - Uso do discurso relatado nos títulos de notícias sobre denúncias de racismo

Jornal	**Título da notícia**
Estadão[17] 25/10/17	"Marina Ruy Barbosa pede desculpas por participar de campanha considerada racista"
O Globo 24/05/17	"Mallu Magalhães pede desculpas por clipe acusado de racismo"
Extra 23/05/17	"Clipe de Mallu Magalhães é associado ao racismo por internautas, entenda"

Ao ler esses títulos, notamos a forma semelhante como cada um deles modaliza as denúncias, remetendo a constatação do racismo à um discurso "outro" e dependente da afirmação de um grupo de enunciadores externo. Nos dois primeiros títulos, do *Estadão* e do jornal *Extra*, esse "outro" que "considera" e "acusa" a campanha e o clipe de racismo estão ocultos no enunciado, enquanto no terceiro, do Jornal *Extra*, é nomeado de forma generalizada como "internautas". O título do jornal Extra é, inclusive, construído de uma forma estranha à frequente simplicidade textual do texto jornalístico, utilizando a expressão "é associado ao racismo por internautas", num evidente esforço de demonstrar que a conclusão sobre o clipe ser racista não pertence ao jornal. Benites (2002) justifica esse recurso discursivo afirmando que "a

[17] Jornal *O Estado de S. Paulo*

citação com função de isenção de responsabilidade é encontrada com maior frequência em textos que poderiam vir a ser alvo de uma possível polêmica, da qual o locutor citante deseja preservar-se (BENITES, 2002, p.102).

Além disso, nesses três exemplos fica evidente que as notícias não são sobre o racismo do clipe ou da campanha, os títulos mostram que o fato jornalístico que gerou o contra-agendamento são as acusações de racismo direcionadas à campanha feita pela atriz Marina Ruy Barbosa e ao clipe da cantora Mallu Magalhães.

O vídeoclipe da música “Você Não Presta”, da cantora Mallu Magalhães, provocou uma reação nas redes sociais e mídias negras na internet, que questionaram, entre outras coisas, o desconforto e constrangimento gerados pela escolha de utilizar no vídeoclipe dançarinos negros com óleo no corpo, usando roupas justas e com o corpo à mostra, contracenando como plano de fundo para a cantora branca, devidamente vestida e distanciada. A cantora, que nunca se envolveu no debate sobre a questão racial, aparece em uma das cenas do clipe usando uma camisa do Oscar de 2002, uma edição da premiação que se tornou histórica por premiar dois negros nas categorias de Melhor Ator e Melhor Atriz: Denzel Washington e Halle Berry.



Figura 5 - Captura de tela do Clipe “Você não presta”, de Mallu Magalhães
Fonte: (*Youtube*, 2017)

A notícia do *Extra* (“Clipe de Mallu Magalhães é associado ao racismo por internautas, entenda”[18]) traz enunciados advindos das quatro principais redes sociais: *Facebook, Twitter, Instagram* e *Youtube*, inclusive publicando capturas de tela, reproduzindo o formato de posts das redes como ilustrações no corpo da notícia. A

[18] ANEXO A

primeira captura é um comentário feito por uma seguidora na página da cantora Mallu Magalhães no Instagram, que aponta que a cantora ignora um "debate político que vem sendo construído pela juventude", e as outras duas são postagens no *Twitter*, que acusam Mallu de tentar "ser inclusiva sem conversar com quem está sendo incluído" e de perpetuar a "centralização do branco em tudo no mundo". Além disso, o lide da notícia do *Extra* evoca dois conceitos presentes nos enunciados das redes de midiativismo negro digital em críticas ao clipe: "objetificação cultural" e "hipersexualização do corpo negro", reproduzindo um vocabulário incomum nos textos da mídia massiva e estabelecendo um dialogismo evidente com as denúncias advindas das redes.

No entanto, embora seja possível encontrar marcas lexicais que mostram o contra-agendamento de discursos antirracistas a partir da pressão das redes, identificamos um efeito de apagamento desses coenunciadores polêmicos na notícia através do discurso relatado. Ao dar continuidade à análise da notícia do Jornal *Extra*, registramos a presença de DR em mais quatro enunciados além do título:

Quadro 4 - Relação entre o uso do discurso relatado e as denúncias modalizadas na notícia "Clipe de Mallu Magalhães é associado ao racismo por internautas, entenda" (Jornal Extra)

Discurso Relatado (DR)	**Denúncia modalizada**
"os comentários apontam"	"objetificação cultural, hipersexualização do corpo, e mais"
"foi apontado por ativistas"	"como uma atitude de hipersexualização do corpo e que remete a práticas usadas na época da escravidão"
"Os manifestantes apontam que"	"a cantora não se coloca como integrante do grupo nas imagens"
"alguns youtubers (...) alegam"	"que Mallu estaria tentando embarcar no crescimento das pautas raciais na mídia"

Nos enunciados acima identificamos um modo de utilização do DR para uma função diferente da usada em notícias em geral. O enunciador-jornalista geralmente lança mão do discurso relatado para dar credibilidade ao discurso citado, porém,

nesses casos, o uso do DR gera um efeito de sentido de descrédito sobre as denúncias.

Somado a isso, notamos que o enunciador-jornalista se esquiva de identificar como fontes oficiais os ativistas e as organizações que denunciaram o clipe da cantora Mallu Magalhães como racista, nomeados no título como “internautas” e no corpo da notícia como “blogueiros”, “ativistas” e “manifestantes”, termos que apontam para uma ideia de sujeitos ativos, produtores de falas próprias, mas que aparecem despersonificados. Nesse contexto, identificamos o uso do DR nas notícias operando no sentido de diminuir a precisão da origem da informação, fazendo do discurso relatado uma estratégia de despersonalizar a fonte do discurso citado e reduzindo, assim, o caráter de verdade/autoridade que aquela denúncia de racismo poderia adquirir.

O levantamento dessas marcas nos permite afirmar que, ao lançar mão do discurso relatado, um dos efeitos de sentido produzidos por essas notícias é, em primeiro lugar, o de reforçar a informação que a acusação de racismo é externa ao jornal, eximindo-o de qualquer responsabilidade. E em segundo lugar, produz também o efeito de colocar em dúvida a legitimidade de tais acusações. A nosso ver, o mecanismo do discurso relatado pela mídia hegemônica nessas notícias opera como estratégia de identificar a presença de um outro coenunciador, atribuindo-lhe a responsabilidade pela opinião/julgamento/sentença acerca das denúncias de racismo, mas ao mesmo tempo gerando um efeito de apagamento, uma vez que esse outro não é precisamente nominado e citado como fonte.

3.1.2 “Black is beautiful”: o esvaziamento dos discursos de resistência do movimento negro

No percurso das análises, selecionamos também as notícias que repercutiram as denúncias de racismo contra a campanha publicitária de um papel higiênico preto da marca “Personal”, da empresa “Santher”, em outubro de 2017, que nos trouxeram marcas que permitiram visualizar o modo como se opera o esvaziamento e a captura dos discursos de resistência advindos das redes.

A pressão das redes contra a campanha do papel higiênico – que utilizou como *slogan* a frase histórica “Black is Beautiful”, símbolo do movimento negro dos anos 60

nos Estados Unidos – gerou repercussões imediatas na mídia hegemônica através de notícias que traziam a retratação da marca por meio de um comunicado, anunciavam a retirada imediata das peças publicitárias do ar e publicavam o pedido de desculpas da atriz Marina Ruy Barbosa, garota-propaganda da campanha.

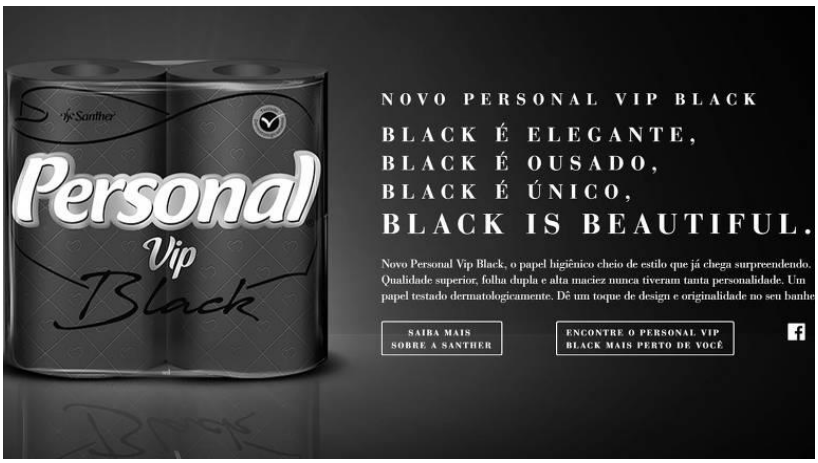


Figura 6 - Publicidade do papel higiênico *Personal Vip Black*
Fonte: Divulgação Empresa “Santhers” (2017)

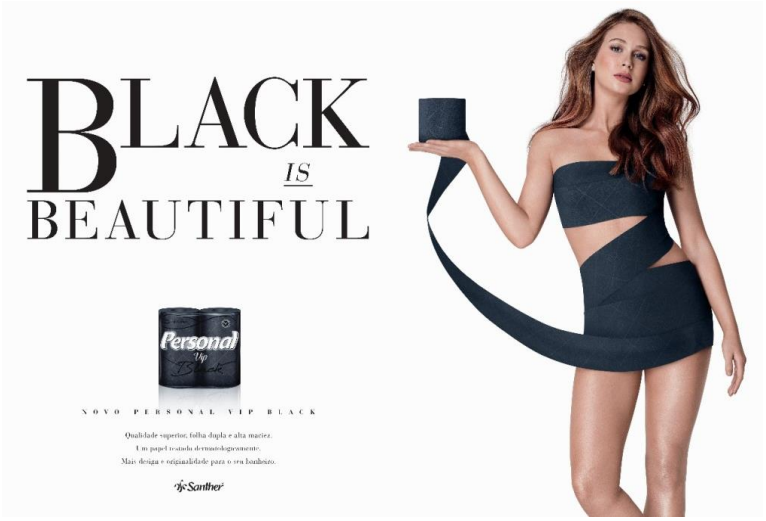


Figura 7 - Publicidade do papel higiênico *Personal Vip Blac*k
Fonte: Divulgação Empresa “Santhers” (2017)

Analisando os títulos de cinco notícias publicadas sobre o assunto, temos um funcionamento enunciativo interessante, que estabelece um movimento de inclusão e distanciamento de enunciados que, por um lado, reforçam o movimento de contra-agendamento das redes e, por outro, fazem uso do discurso relatado para modalizar e apagar a existência do racismo:

Quadro 5 - Títulos de notícias sobre denúncias de racismo em relação à campanha do papel higiênico *Personal Vip Black*

Jornal	**Título da notícia**
Folha de São Paulo (24/10/17)	"Campanha de papel higiênico preto revolta internautas por usar slogan de movimento negro"[19]
Estadão (25/10/17)	"Marina Ruy Barbosa pede desculpas por participar de campanha considerada racista"[20]
Estadão (24/10/17)	"Depois de polêmica na internet, marca de papel higiênico preto muda campanha"[21]
Estadão (24/10/17)	"Por que a campanha do papel higiênico preto pode ser considerada racista"[22]
O Globo (25/10/17)	"Marina Ruy Barbosa se desculpa por polêmica de papel higiênico preto"

(grifos nossos)

Observamos também como a repetição de expressões nos títulos das notícias, como "revolta internautas", "polêmica na internet" e "polêmica de papel higiênico preto", são enunciados que remetem a efeitos de sentido de desqualificação do debate em torno da história do movimento negro empreendido nas redes, reduzindo-o a uma "polêmica na internet".

Além disso, outras marcas linguísticas levantadas nas notícias são típicas de um tipo de discurso que se aproxima do gênero publicitário e notícia de fofoca e não de uma pauta que teria a pretensão de contextualizar, aprofundar e discutir com seriedade a denúncia. A primeira delas é que três das notícias mencionadas acima foram publicadas em editorias de cultura e entretenimento dos jornais (coluna "você viu?" da *Folha de São Paulo* e "Emais" do *Estadão*), duas das manchetes colocam o nome da atriz Marina Ruy Barbosa no centro da "polêmica" e quatro das cinco notícias utilizam fotos da atriz em poses para a campanha do papel higiênico como ilustrações da notícia. A notícia do *Estadão*, inclusive, usa como ilustração no corpo da notícia

[19] ANEXO B
[20] ANEXO C
[21] ANEXO D
[22] ANEXO E

uma caixa interativa com *link* direto para a página da Personal no *Facebook,* em que é possível que o leitor curta e comente a postagem da marca sobre o novo papel higiênico cuja campanha estava sendo denunciada. O enunciado que antecede a caixa de curtir está reproduzido abaixo:

> "Na página do produto no Facebook, que foi fechada para comentários e avaliações, internautas estão criticando a campanha, postando emojis de vomito e explicando o por que a frase não pode ser usada neste contexto. Todos os posts com o antigo slogan foram removidos". (POR QUE A CAMPANHA …, 2017)



Figura 8 - Caixa com link para opção de curtir a postagem da Personal na notícia "Por que a campanha do papel higiênico preto pode ser considerada racista"
Fonte: *Estadão* (2017)

Na notícia da *Folha de São Paulo* ("Campanha de papel higiênico preto revolta internautas por usar slogan de movimento negro"), o enunciado utilizado para informar que Marina Ruy Barbosa é a garota-propaganda do produto possui marcas de um discurso publicitário: "A atriz Marina Ruy Barbosa é a estrela da campanha cujas imagens foram feitas pelo fotógrafo Bob Wolfenson" (REZENDE, 2017). Além disso, na legenda da imagem que ilustra a campanha do papel higiênico o enunciador-jornalista informa que a campanha foi "atacada" por internautas: "Campanha publicitária da Personal é atacada por internautas por usar slogan de movimento negro" (REZENDE, 2017). Esses enunciados configuram um efeito de sentido de que as críticas levantadas pelas redes seriam "ataques" à campanha e não uma reivindicação legítima contra a apropriação de uma frase do movimento negro.



Figura 9 - Foto que ilustra a notícia da *Folha de São Paulo*, destacando Marina Ruy Barbosa como “estrela” da campanha do papel higiênico
Fonte: *Folha de São Paulo* (2017)

No lide da notícia do *Estadão*, o texto mais se assemelha a uma redação publicitária sobre o papel higiênico, repleto de adjetivações e destaques para qualidades do produto e o ineditismo da campanha, como: “o mais novo lançamento”, o “primeiro papel higiênico preto”, “para a campanha da novidade” e “clicada pelo renomado fotógrafo de moda”. Ao se aproximar de uma enunciação publicitária, inclusive publicando fotos que ilustram a campanha do produto, o efeito produzido é o de apagamento do racismo e das questões raciais estruturais que atravessam a pauta. Abaixo reproduzimos o lide da notícia, que apaga completamente as informações sobre acusações de racismo na campanha (que só aparecem no parágrafo seguinte), o que ajuda a construir o efeito de que a informação mais importante na notícia não é a apropriação da frase histórica do movimento negro, mas o lançamento do papel higiênico.

> A Personal anunciou na segunda, 23, o mais novo lançamento da sua linha: o primeiro papel higiênico preto do Brasil. Para a campanha da novidade, a marca trouxe fotos da atriz Marina Ruy Barbosa, clicada pelo renomado fotógrafo de moda Bob Wolfenson, enrolada no produto sob o slogan Black Is Beautiful (preto é lindo, em português). (POR QUE A CAMPANHA …, 2017, grifos nossos)

Exceto pela notícia do jornal *O Globo*, que só traz as falas de Marina Ruy Barbosa e da empresa Santhers, as notícias reproduzem postagens, frases e algumas capturas de telas das fortes críticas feitas à campanha nas redes sociais[23]; porém não apresentam essas vozes que fizeram as denúncias como fontes oficiais dignas de serem ouvidas, ainda que a pauta mencione que diversas organizações tenham

[23] As críticas serão debatidas e demonstradas no item 3.2 Breve diálogo com as análises.

publicado conteúdos se manifestando. Em geral, as fontes são identificadas nas notícias como “internautas” e “usuários” das redes sociais.

Para completar o quadro de apagamento em relação às fontes que deveriam ser ouvidas nas matérias, a notícia do *Estadão* (“Depois de polêmica na internet, marca de papel higiênico preto muda campanha”), do dia 24 de outubro de 2017, traz no terceiro parágrafo uma frase da vereadora Marielle Franco no *Twitter*, ainda viva na época do acontecimento. Contudo, a fala da vereadora no texto é descrita pelo enunciador-jornalista como simplesmente a de uma “usuária” da rede social, como reproduzimos abaixo:

> Nas redes sociais, diversas pessoas se mostraram contrárias à propaganda. ‘#BlackisBeautiful é sobre autoestima e afirmação da beleza negra. Aí você associa a um papel higiênico. Sério?’, comentou a usuária Marielle Franco no Twitter. O perfil de Márcia Magalhães completou. “É inacreditável que os caras usem #BlackIsBeautiful em uma campanha de papel higiênico preto. Estudaram para isso ainda!”. (CORREA, 2017)

Entendemos esse apagamento de Marielle Franco como vereadora, negra e ativista pela causa do movimento negro como uma forte marca linguística do processo de invalidação das pautas e falas que envolvem a questão racial na mídia hegemônica. Em paralelo à frase de Marielle, aleatoriamente a notícia reproduz a postagem de Márcia Magalhães, jornalista, branca, modelo, que nada tem a ver com o assunto em questão.

Levantamos ainda outras incidências de deslegitimação das denúncias em torno da apropriação da frase “Black is beautiful” na mesma notícia do Estadão.

Quadro 6 - Título, subtítulo e lide de notícia do *Estadão* sobre campanha do papel higiênico *Personal VIP Black*

Jornal	*Estadão* - 24/10/17
Título da notícia	“Depois de polêmica na internet, marca de papel higiênico preto muda campanha”
Subtítulo	“O uso da frase #BlackisBeautiful, símbolo do movimento negro de 60, associou a propaganda ao racismo”
Lide	“A frase #BlackisBeautiful (em tradução livre, preto é bonito), usada em propaganda divulgada nesta segunda-feira, também é símbolo do movimento negro criado por artistas e intelectuais dos Estados Unidos

	nos anos 1960, e a associação gerou críticas nas redes sociais.”

(grifos nossos)

No quadro acima vemos que o subtítulo é escrito de forma confusa e incomum, invisibilizando os culpados pelo racismo e esvaziando o sentido das críticas. Além disso, no lide da mesma notícia o uso do advérbio “também” mostra que o protagonismo do movimento negro não é reconhecido quanto ao uso histórico e único que a frase deveria possuir:

A partir das marcas linguísticas analisadas nessa pauta, entendemos que, ainda que denúncias como essa passem a pressionar a agenda hegemônica, notamos como as notícias, ao repercutirem assuntos trazidos à tona pelas redes sociais e movimentos de midiativismo negro, fazem uma cobertura que minimiza a importância dessas pautas, desqualificando suas fontes, relegando-as a editorias sem importância para a discussão política sobre o racismo, esvaziando os discursos de resistência e criando um efeito de sentido de descrédito e apagamento dos discursos antirracistas levantados pelas redes. Nas notícias analisadas acima vimos como esses textos jornalísticos, ao permanecerem rasos, tratando apenas as particularidades do fato e descontextualizando toda a discussão levantada pelas redes em torno do uso da frase “Black is Beautiful” por uma campanha de papel higiênico, contribuem para que a frase perca o seu significado original e receba um significado antagônico e reduzido.

3.1.3 Vitimização e “mimimi”: o racismo disfarçado de equívoco

Observando a trajetória das denúncias contra produções midiáticas racistas e desconectadas da crescente conscientização pelos direitos da população negra, percebemos que algumas delas possuem uma trajetória similar. Verificamos a repetição de um fluxo que se inicia com: a) um movimento de críticas e pressão nas redes; gerando b) um contra-agendamento da mídia hegemônica e; c) uma retratação imediata dos acusados em forma de pedido de desculpas.

Portanto, neste item, analisamos notícias da mídia hegemônica que repercutem retratações e pedidos de desculpas de pessoas e marcas envolvidas em denúncias de racismo. Buscamos identificar e comparar o lugar reservado nas “notícias-respostas” às vozes que alçaram as denúncias e às vozes que apresentaram

as retratações e entender o modo como o racismo, denunciado pelas redes, é tratado nessas notícias.

Analisando especificamente os textos das retratações e pedidos de desculpas de pessoas e empresas, verificamos muitas similaridades, principalmente na forma como é construída a imagem do “outro” que denuncia, e nos argumentos usados para justificar o racismo. Nesse sentido, selecionamos três notícias que publicam textos de comunicados e pedidos de desculpas: “Marina Ruy Barbosa pede desculpas por participar de campanha considerada racista” (*Estadão*); “Depois de polêmica na internet, marca de papel higiênico muda campanha” (*Estadão*); “Mallu Magalhães pede desculpas por clipe acusado de racismo”[24] (*O Globo*) e “Metrô do Rio vai retirar propaganda de estação após acusações de racismo”[25] (*O Globo*).

As três primeiras notícias mencionadas acima são sobre as pautas já abordadas nos itens anteriores e a notícia do Metrô Rio é de setembro de 2017, publicada após circular nas redes uma fotografia da placa de uma campanha publicitária do metrô que recebeuo uma série de críticas de reforçar e naturalizar a segregação racial e social na cidade. A campanha foi criada para divulgar a inauguração da Linha 4 do metrô e utilizou o *slogan* "Conectando o Rio de ponta a ponta", em uma provável referência ao trajeto dos trens, que vão da zona norte (subúrbio), representada por um casal negro, à Barra (bairro nobre), representada por um casal branco.



Figura 10 - Publicidade do Metrô Rio na estação Antero de Quental, no Leblon
Fonte: *O Globo* (2017)

[24] ANEXO F
[25] ANEXO G

A campanha foi retirada do ar logo após a repercussão negativa nas redes, em que diversos usuários, ativistas e instituições se manifestaram em repúdio ao racismo implícito na publicidade, sustentando que a mensagem da placa naturaliza uma divisão racial da cidade, que reforça as dicotomias “preto-pobre-periférico” x “branco-rico-bairros-nobres” e apresenta de forma estabilizada desigualdades e processos de exclusão que têm suas raízes históricas na época da escravidão.

Então, analisando as quatro notícias mencionadas acima e a forma como cada uma traz essas retratações, encontramos algumas similaridades entre os pedidos de desculpas de Marina Ruy Barbosa, da empresa Santhers, de Mallu Magalhães e do Metrô Rio. A partir de cada delas destacamos alguns enunciados que reforçam a reflexão que faremos a seguir:

Quadro 7 - Comparação entre pedidos de desculpas de Mallu Magalhães, Metrô Rio, empresa Santhers e Marina Ruy Barbosa

Título da notícia / Veículo	**Trechos dos pedidos de desculpas publicados nas notícias**
Mallu Magalhães pede desculpas por clipe acusado de racismo (*O Globo* - 24/05/17)	“A arte é um território muito aberto e passível de diferentes interpretações e, por mais que tentemos expressar com precisão uma ideia, acontece de alguns significados, às vezes, fugirem do nosso controle”
	“Entendo as interpretações que derivaram do clipe, mas gostaria de deixar claro minhas reais intenções.”
	“É realmente uma tristeza enorme ter decepcionado algumas pessoas”
	“Espero que, após este esclarecimento, seja aliviado deste espaço de conversa qualquer sentimento de ofensa ou injustiça”
Metrô do Rio vai retirar propaganda de estação após acusações de	“a Concessionária lamenta e pede desculpas por ter gerado uma interpretação oposta às convicções da empresa e informa que vai retirá-la da estação, em respeito às pessoas que se sentiram ofendidas.”

racismo (*O Globo* - 18/09/17)	
Depois de polêmica na internet, marca de papel higiênico muda campanha (*Estadão* - 24/10/17)	"Refutamos toda e qualquer insinuação ou acusação de preconceito neste caso e lamentamos outro entendimento que não seja o explicitado na peça" "apresentar suas desculpas por eventual associação equivocada da frase adotada ao movimento negro".
Marina Ruy Barbosa pede desculpas por participar de campanha considerada racista (*Estadão* - 25/10/17)	"Lamento profundamente que algumas pessoas tenham interpretado o trabalho publicitário da Santher de forma diferente do que foi idealizado" "Tenho certeza de que essa nunca tenha sido a intenção da marca e das pessoas que criaram esta ação, a de seguir por este caminho polêmico ou desrespeitar qualquer tipo de pessoa", "Independente de tudo isso, eu lamento muito, de verdade, e peço desculpas às pessoas que se sentiram afetadas. Estou bem triste por tudo isso e espero que entendam que jamais foi feito com a intenção de ofender!"

(grifos nossos)

Em primeiro lugar, observamos o modo como retratações oficiais de empresas e figuras públicas encontram facilmente nos espaços hegemônicos um campo de livre expressão, no qual falas oficiais sempre serão protagonistas. Percebemos que, em cada uma das notícias, os títulos mostram que os fatos jornalísticos principais não são o clipe, as campanhas publicitárias racistas e nem as acusações das redes, mas os pedidos de desculpas oficiais. Essa leitura é reforçada pelo fato de que nos títulos de todas as notícias os sujeitos ativos das orações, aqueles que praticam as ações de

“pedir desculpas”, “retirar propagandas” e “mudar campanha” são Mallu Magalhães, Metrô Rio, a empresa Santhers e Marina Ruy Barbosa.

O lugar de oficialidade e legitimidade conferido a essas vozes oficiais também é reforçado nos modos de construção das notícias, em que esses enunciadores hegemônicos, que praticaram ou participaram de produções que estão sendo acusadas de racismo, recebem espaço privilegiado em jornais de grande circulação para se retratarem e esclarecerem os ocorridos e terem seus pedidos de desculpas publicados na íntegra. A eles é atribuída a competência de dizer a verdade e “encerrar a discussão”, expressando, numa comparação num sentido histórico, quase a mesma solidariedade que discutimos no capítulo anterior entre a imprensa do século XIX e o senhor de escravos. Esses enunciadores aparecem como as vozes autorizadas e legítimas dessas notícias, enquanto as “outras” vozes recebem menor destaque nos jornais, mas que certamente não podem ser totalmente negadas ou apagadas, pois que a própria notícia e a publicação das cartas de desculpas estão numa relação dialógica com esse movimento de tensionamento gerado pelas redes.

E, embora os títulos chamem atenção para as retratações, é unânime entre os pedidos de desculpas publicados a afirmação de que a acusação de racismo foi fruto de uma “interpretação errada” em relação ao significado pretendido originalmente. Identificamos nos trechos destacados no quadro anterior, que o vocábulo "interpretações" ocorre em todos os comunicados, apresentando variações como: "diferentes interpretações", "interpretação oposta", "outro entendimento", “associação equivocada”, "interpretado ... de forma diferente". Verificamos também que nas quatro notícias ocorre uma oposição “intenção x interpretação” junto à justificativa de que a acusação de racismo seria fruto de uma análise oposta ou equivocada em relação à intenção dessas produções midiáticas. Na carta de Mallu Magalhães, por exemplo, a cantora diz que entende as “interpretações” que derivaram do clipe, entretanto, assevera que gostaria de deixar claro suas “reais intenções”. O uso da palavra “reais” reivindica aqui uma pretensão de verdade, que, por sua vez, remete a sentidos que julgam as denúncias das redes como falsas interpretações, desqualificando as críticas recebidas. Em nossa leitura, ao remeter ao outro o erro por ter atribuído significados distintos e “equivocados”, as retratações publicadas se aproximam de meras desculpas protocolares, incapazes de reconhecer de fato o teor racista dessas produções, e o efeito de sentido gerado por essas cartas é de que as empresas, a cantora e a atriz foram forçados a apresentar pedidos de absolvição por um erro alheio, de um grupo que viu racismo onde não havia.

Além disso, identificamos marcas que mostram que os pedidos de desculpas eram direcionados a esclarecer a interpretação de “algumas pessoas”, gerando o efeito de sentido que as “acusações” vieram apenas de um grupo de pessoas e que não representam a totalidade do público: “Gostaria de pedir desculpas a essas pessoas”; “É realmente uma tristeza enorme ter decepcionado algumas pessoas”; “em respeito às pessoas que se sentiram ofendidas”; “Na nota, a Santher se desculpou aos que se ofenderam com o slogan”; “Lamento profundamente que algumas pessoas tenham interpretado o trabalho publicitário da Santher de forma diferente do que foi idealizado”; “peço desculpas às pessoas que se sentiram afetadas”.

Ao nosso ver, ao direcionar as retratações, esclarecimentos e pedidos de desculpas àquelas pessoas “que interpretaram de forma errada” e se sentiram “ofendidas”, “decepcionadas”, “afetadas”, “injustiçadas”, provoca-se nessas notícias um efeito de sentido de vitimização desses coenunciadores. Esse efeito também se reforça pelo uso de expressões como “é uma tristeza enorme”, “lamento”, “estou bem triste” nas cartas de desculpas dos coenunciadores hegemônicos.

Notamos também que, após os pedidos de desculpas reforçarem a ideia de que não houve intenção em ser racista, em nenhum momento o racismo é tratado com seriedade nas notícias, mas sim de forma minimizada, como ofensa, erro, equívoco e não como um problema estrutural da sociedade, como um ato falho que um simples pedido de desculpas poderia sanar. Dessa forma, entendemos que, além negar a existência do racismo, seguindo o praxe do racismo brasileiro, criar essa imagem de “vítimas ofendidas” é reafirmar a tese do “mimimi” contra quem quebra o silêncio e escancara o racismo estrutural presente nessas produções, gerando um efeito de sentido de que os grupos que protestam contra o racismo fazem um estardalhaço por um motivo tolo (um clipe, um papel higiênico, uma placa do metrô).

3.1.4 “Exagerados” e "cataclísmicos": a desqualificação das vozes negras que gritam contra a intervenção federal no Rio de Janeiro

Tendo em vista nossa proposta de observar o modo como a mídia hegemônica repercutiu enunciados e discursos antirracistas alçados das redes para a esfera pública, uma das pautas escolhidas foi a de um vídeo publicado por três midiativistas negros sob o título “Intervenção no Rio: Como sobreviver a uma abordagem

indevida”[26], que trazia críticas e alertas à população negra de como lidar com a intervenção federal no Rio de Janeiro. Em distinção às notícias analisadas anteriormente, a partir do vídeo pudemos registrar os discursos gerados pela mídia hegemônica ao repercutir uma denúncia contra o racismo do Estado, que evoca um longo processo de opressão racial por parte das forças militares. Com o objetivo de observar diferentes coberturas sobre a pauta, neste item analisamos duas notícias, publicadas no portal *G1* e no jornal *Estado de Minas*, e fizemos a análise de uma discussão em torno do assunto realizada pelos jornalistas do programa *Estúdio i*, da *Globo News*.

O vídeo foi gravado pelo repórter do *FaveladaRocinha.com* Edu Carvalho, pelo publicitário e youtuber Spartakus Santiago e por Ad Junior, jornalista e youtuber, em parceria com o professor e filósofo Rodrigo França. O vídeo foi publicado no dia 17 de fevereiro de 2018, um dia após a assinatura do Decreto pelo então Presidente da República, Michel Temer, que previa que o general do Exército Walter Souza Braga Netto seria o interventor do estado, assumindo, até o dia 31 de dezembro de 2018, a responsabilidade do comando da Secretaria de Segurança, Polícias Civil e Militar, Corpo de Bombeiros e do sistema carcerário no estado do Rio. Em menos de 48 horas após a publicação, segundo as notícias que repercutiram a pauta, foram registradas 1 milhão e 700 mil visualizações, e milhares de compartilhamentos nas redes sociais, atingindo o número de 2,9 milhões de visualizações no Facebook[27].



Figura 11 - Midiativistas negros no vídeo que dá recomendações de sobrevivência para a população negra durante a intervenção federal (2018)

[26] Transcrição do vídeo no ANEXO H
[27] Número de visualizações referentes ao dia 02/05/19

Na gravação, seus autores em primeiro plano falam diretamente para a câmera, dando orientações de como pessoas negras, especialmente jovens moradores de comunidades, devem agir em abordagens abusivas de agentes da PM e do Exército, e alerta como a militarização da segurança poderia acentuar mais ainda o histórico de violações sofrido rotineiramente nas favelas e periferias do Rio de Janeiro. Entre as recomendações dadas pelos midiativistas no vídeo estão: evitar sair de casa em altas horas, não sair sem documentos, sempre sinalizar para a família e amigos a localização, andar sempre com o celular carregado para ligações e gravações necessárias, andar sempre com o cupom fiscal caso esteja portando algum equipamento, sempre que possível realizar gravações das abordagens e registrar o maior número de informações possível, evitar o uso de guarda-chuva longo e furadeira, que podem ser confundidos com armas, realizar um BO sempre que se sentir constrangido pela forma como foi abordado, não fazer movimentos bruscos nem afrontar os agentes, ter sempre o telefone de um amigo ou de um advogado que possam ajudar e andar sempre acompanhado (principalmente mulher, homossexual ou pessoa trans). Nos casos de blitz, não acelerar o carro, colocar as mãos sobre o volante, ter sempre à mão os documentos do carro e avisar se for pegar algo no porta-luvas ou na bolsa. E num dialogismo com os casos de prisões arbitrárias como o acontecido com o jovem Rafael Braga nas manifestações de junho de 2013, eles alertam para nunca levar pinho sol ou água sanitária dentro da mochila ou da bolsa.

As orientações trazidas no vídeo atingem um campo de significado mais amplo do que simplesmente recomendações de segurança, principalmente para quem faz parte da comunidade discursiva da violência no Rio de Janeiro. Não se trata de um vídeo do gênero tutorial, cujos enunciados constituem-se somente em dicas e instruções, mas um vídeo de protesto, que traz críticas, indignação, denúncias da atuação da PM na favela e do racismo praticado pelo Estado, que trata o corpo negro como suspeito e sem direitos.

Com a viralização nas redes, num movimento de contra-agendamento, o vídeo repercutiu em pelo menos 17 veículos da mídia nacional e internacional, como os jornais *O Globo*, *Estado de Minas*, *Correio Braziliense*, *Correio do Estado*, *El País*; e também na revista *Veja*; nos portais *G1*, *Band News*, *Congresso em Foco*. Na TV, o vídeo repercutiu nos noticiários *Jornal da Record*, *SBT Rio*, no jornal *Link News*, do canal *Record News*, além do programa jornalístico *Estúdio i*. Fora do Brasil, a notícia foi coberta pela *AFP* e *AP*, duas das principais agências de notícias internacionais, repercutindo em *sites* de notícias como *SBS News*, da Austrália, *Jornal du Cameroun*,

dos Camarões, e no Portal inglês *Daily Mail* com a notícia "*Military Takeover in Rio Sparks Fear of Police Brutality*"[28].

Essa alta repercussão[29] na mídia hegemônica, por si só, já mostra o poder de contra-agendamento das redes, pressionando a agenda desses veículos a abordar um vídeo que revela o caráter de extermínio que a polícia militar tem no Brasil, de aniquilamento de pessoas que são tratadas como indesejáveis e descartáveis aos olhos de um sistema que opera por uma necropolítica (MBEMBE, 2006).

De todas as notícias publicadas em veículos online, selecionamos duas notícias, uma do *G1* e uma do jornal *Estado de Minas*, que possuem certos contrastes em termos de abordagem da pauta e nas quais reconhecemos marcas linguísticas importantes. Montamos o quadro abaixo para facilitar a visualização e a comparação entre os elementos que destacamos das duas notícias.

Quadro 8 - Comparação entre as notícias do *G1* e do jornal *Estado de Minas* sobre o vídeo "Intervenção no Rio: como sobreviver a uma abordagem indevida"

	Notícia do *G1* (19/02/18)	**Notícia do *Estado de Minas* (19/02/18)**
Título	"Vídeo com dicas de como sobreviver a abordagem indevida de policiais e militares viraliza na internet"[30]	"'Dicas' de segurança para negros revelam população vulnerável sob a mira de agentes"[31]
Subtítulo	"Imagens foram feitas por três jovens negros do Rio de Janeiro. Tema veio à tona após decisão de intervenção federal na segurança do estado."	"Discriminados, abordados de forma agressiva e injustificada, vídeo demonstra como direitos fundamentais são desrespeitados no Brasil e como a cor da pele deixa população mais vulnerável

[28] Tradução nossa: Controle Militar no Rio Gera Temores de Brutalidade Policial

[29] A repercussão do vídeo ao longo do ano de 2018 foi além da esfera midiática. Em novembro de 2018 ele entrou para o acervo permanente do Masp após integrar por sete meses a exposição "Histórias Afroatlânticas", figurando como uma das obras contemporâneas que narra a história e a experiência dos negros da diáspora. Além disso, o vídeo foi indicado na 16ª Edição do Prêmio "Faz Diferença" do jornal *O Globo* na categoria Rio.

[30] ANEXO I

[31] ANEXO J

		à violência policial”
Lide	“Um vídeo dando dicas de como sobreviver a uma abordagem indevida, feito por três jovens negros e publicado na internet, ganhou repercussão neste fim de semana. O assunto veio à tona após a decisão da Presidência da República de decretar uma intervenção federal na segurança pública no estado do Rio de Janeiro.”	“Para a população negra, que já vive sob permanente ameaça e desconfiança policial, a intervenção militar ganha outra conotação: nesse estado de "guerra" , de novo são os negros, os mais vulneráveis e sob risco de perderem a vida. Pensando nisso, três jovens negros produziram um vídeo com "dicas" de como sobreviver a uma abordagem indevida. Postado no youtube, o material viralizou e, ganhou repercussão neste fim de semana, após a decisão da Presidência da República de decretar uma intervenção federal na segurança pública no estado do Rio de Janeiro.”
Parágrafo destacado do corpo do texto	“Por serem negros, os jovens do vídeo afirmam estar mais vulneráveis a serem abordados por agentes de segurança. Entre as dicas, eles alertam para não andar sem documento, avisar sempre aos amigos para onde está indo e estar sempre com o celular carregado para caso necessite ligar para alguém ou gravar algo que seja necessário.”	“O relato dos jovens, que por serem negros têm uma vivência de abordagens abusivas por agentes de segurança, alertam para que ninguém saia sem documento, sem avisar aos amigos para onde está indo e estar sempre com o celular carregado para caso necessite ligar para alguém ou gravar algo que seja necessário. Ou seja, as "dicas" revelam uma rotina de "exceção" que está longo do

		direito de ir e vir e da igualdade de tratamento.”

(grifos nossos)

Analisando os títulos, vemos que a notícia do *G1* não menciona que as orientações dos ativistas são voltadas para a população negra, apagando assim o propósito e a informação principal do vídeo. Além disso, a construção “vídeo (...) viraliza na internet” produz uma leitura de que o fato principal da notícia é a viralização de um vídeo, deixando como informação secundária o fato de que o vídeo traz orientações de como sobreviver a uma abordagem indevida de policiais e militares. No título da notícia do *Estado de Minas* a forma de apresentação do fato é diferente. Além de destacar que as recomendações de segurança são voltadas para negros, o título constrói o sentido de que o fato de haver “dicas de segurança para negros” denuncia que há uma “população vulnerável sob a mira de agentes”.

Além disso, destacamos a diferença no uso da palavra “dicas” nos dois títulos. No *Estado de Minas*, a palavra foi escrita entre aspas, o que constrói um discurso de cautela do enunciador-jornalista diante de uma possível banalização que o vocábulo poderia adquirir nesse contexto, que contrastaria com a gravidade do assunto, já que o substantivo “dicas” no dicionário tem um significado de “boa indicação ou informação” (MICHAELIS, 2019). Já na notícia do *G1* não houve a mesma atenção ao uso do vocábulo, favorecendo um efeito de sentido de que um vídeo (qualquer) com dicas viralizou na internet. É notório destacar que dentre todas as notícias coletadas para análise, somente o jornal *El País* e o jornal *Estado de Minas* utilizaram a palavra dicas entre aspas.

Nos subtítulos, enquanto o *Estado de Minas* já introduz o assunto principal do vídeo, mencionando por meio de adjetivos a discriminação, as abordagens agressivas e injustificadas e afirmando ser a cor da pele um ponto de vulnerabilidade à violência policial, o subtítulo da notícia do *G1* denomina o vídeo dos midiativistas como “imagens”, se limita a dizer que o mesmo foi produzido por “três jovens negros do Rio de Janeiro”, e afirma que o “tema veio à tona” após a decisão de intervenção federal, ignorando novamente que se trata de um vídeo voltado para pessoas negras e contradizendo o fato de que a violência policial contra negros no Rio de Janeiro é um tema que “vêm à tona” na vida dessas pessoas diariamente, com ou sem intervenção, conforme o próprio vídeo afirma.

Seguindo com a comparação, é possível observar também a diferença entre os lides das notícias. O lide da notícia do *G1* é meramente descritivo e repetitivo em relação às informações já trazidas no título e no subtítulo (“dicas de como sobreviver à uma abordagem indevida”; “feito por três jovens negros”) e conclui afirmando novamente que “o assunto veio à tona após decisão da Presidência da República de decretar uma intervenção federal na segurança pública no estado do Rio de Janeiro”, sem fazer qualquer relação direta no texto entre a intervenção federal e o aumento da violência policial contra negros e sem mencionar claramente que as “dicas” são para pessoas negras e que a “abordagem indevida” é a policial. O lide do *Estado de Minas* já inicia com “Para a população negra,”, retomando a informação já dada no título e no subtítulo de que as recomendações de sobrevivência tem um público-alvo específico. Além disso, o lide do *Estado de Minas*, e a notícia como um todo, mostram que a situação exposta pelos midiativistas emerge de um contexto anterior e permanente, ratificando a informação principal trazida por eles, da existência de um cotidiano de racismo por parte de um Estado que promove ano após ano um genocídio contra a juventude negra. Destacamos aqui algumas marcas discursivas e lexicais que nos levaram a essa leitura: “para a população negra, que já vive sob permanente ameaça e desconfiança policial”; e em: “nesse estado de “guerra”, de novo são os negros, os mais vulneráveis e sob o risco de perderem a vida”. Ao mencionar que são os negros que vivem em “permanente ameaça e desconfiança policial” e sob maior vulnerabilidade e “risco de perder a vida” com a intervenção federal, o lide do *Estado de Minas* justifica a necessidade do vídeo e explica sua viralização sem que isso se torne a única e principal informação, focando principalmente nas condições sociais que geram a necessidade de orientações desse tipo à população negra. Enquanto na leitura do lide do *G1*, a informação é que o assunto “veio à tona” em razão do anúncio da intervenção militar.

Somente no terceiro parágrafo a notícia do *G1* introduz a informação de que as “dicas de segurança” são especificamente para a população negra. E mesmo assim, o faz através do discurso relatado e sob suspeita, através do enunciado: “Por serem negros, os jovens do vídeo afirmam estar mais vulneráveis”, apresentando as denúncias dos midiativistas como uma afirmação deles, como se a vulnerabilidade dos negros diante da polícia não fosse um fato com estatísticas, provas e direta correlação com a realidade do Rio de Janeiro. Coincidentemente, ambos os veículos utilizaram o mesmo enunciado (“por serem negros”) nas notícias, no entanto, no jornal *Estado de Minas* o sentido adquirido é completamente oposto, de validação: “O relato dos jovens,

que por serem negros têm uma vivência de abordagens abusivas". Do ponto de vista discursivo, consideramos essa comparação de muita importância e significado, porque se tratam das mesmas palavras, que colocadas em enunciados diferentes adquirem efeitos de sentido opostos, podendo colocar em suspeição ou legitimar as falas dos enunciadores do vídeo.

Finalizadas as comparações, há ainda uma informação fundamental para a cobertura dessa pauta, que serviria para respaldar as falas dos midiativistas, mas que só aparece em uma das notícias que selecionamos. Nos referimos à notícia do jornal *El País*, que traz o fato de que a taxa de homicídios de negros por 100.000 habitantes Rio de Janeiro é quase o dobro da de brancos: são 21,5 ante 41, segundo o IPEA. Como se justificaria o apagamento de um dado primário como esse em todas as notícias que selecionamos? Diante de não somente essa, mas de muitas outras estatísticas que comprovam que a violência policial está intimamente ligada à questão racial no Brasil, que subsídios a mídia teria para colocar sob suspeita os alertas e críticas que o vídeo apresenta? Dada a relevância da denúncia, que suscitou nas redes a discussão sobre o recorrente racismo do Estado e provocou o contra-agendamento desse debate na mídia hegemônica, nos dedicamos a analisar também a cobertura do Programa *Estúdio i*[32], da *Globo News*, que também noticiou a viralização do vídeo dos midiativistas negros sobre a intervenção federal.

O programa que analisamos foi veiculado no dia 19 de fevereiro[33] de 2018. Essa escolha se deu por este ser um programa jornalístico, porém com um formato menos formal, que possui um espaço aberto à opinião dos jornalistas/comentaristas, o que nos ajudaria a identificar nessas falas, de alguma forma, marcas discursivas que mostrassem a opinião média da emissora sobre a pauta.

A principal diferença entre o programa *Estúdio i* para os outros telejornais tradicionais se dá pelo tom de informalidade[34] nas discussões, em que é comum os apresentadores falarem em primeira pessoa, fazerem uso de humor, dar testemunhos pessoais, opiniões e interagir com a audiência através de perguntas e comentários

[32] Transcrição do programa analisado no ANEXO L.

[33] O trecho do programa analisado foi acessado a partir do portal G1, do grupo Globo, que disponibiliza programas já exibidos. O *Estúdio i*, é exibido de segunda a sexta, das 14h às 16h, com a apresentação da jornalista Maria Beltrão, e a presença de convidados e especialistas, que se alternam em turnos de fala discutindo os assuntos que são pauta do dia. No dia da exibição do programa analisado, os comentaristas presentes eram a jornalista Flávia Oliveira (Economia), o jornalista Artur Xexéo (Cultura), a cineasta Sandra Kogut (Comportamento/Cultura) e o jornalista Octávio Guedes (Política).

[34] É interessante compreender essa nova estrutura de telejornal também como o resultado das tensões sofridas pelo jornalismo atual, que busca estratégias de inovação e mudanças de identidade para atrair a audiência em um momento que as redes sociais se tornam as principais concorrentes.

enviados pelas redes sociais. Embora essas características estejam historicamente ligadas à esfera de programas de entretenimento, o programa está descrito no site da *Globosat Play* como um telejornal, estando, portanto, dentro do escopo do nosso córpus.

Dando início à análise, identificamos que do total de três minutos e 26 segundos do vídeo dos midiativistas, *o Estúdio i* exibiu um trecho de 22 segundos, contendo três das orientações trazidas por eles. E, assim como discutimos nas pautas analisadas anteriormente, identificamos marcas na fala da apresentadora Maria Beltrão, ao introduzir a notícia, de que o fato jornalístico principal que fez o assunto virar notícia no *Estúdio i* não era a iminência de abusos policiais que a intervenção militar representaria para negros e populações de periferias, nem os alertas trazidos pelos ativistas, e sim a viralização do vídeo nas redes sociais. Ao chamar a pauta, as primeiras falas de Beltrão destacam a viralização e só depois ela menciona o conteúdo do vídeo: “Chama atenção que agora viralizou um vídeo, né? Em que três ativistas negros fazem recomendações assim: caso você seja abordado, quais são as preocupações que você tem que ter?” (VÍDEO..., 2018).

Apesar de o trecho que foi exibido do vídeo no Programa *Estúdio i* mostrar o jornalista Edu Carvalho se direcionando a um interlocutor negro, a exemplo do que ocorreu nas outras notícias, nenhum dos jornalistas menciona que o vídeo dos midiativistas é direcionado à população negra, e a apresentadora se limita a dizer que o mesmo foi gravado por três jovens negros. No exemplo pessoal que a apresentadora narra após a exibição do trecho do vídeo, o marido de sua manicure foi parado três vezes pela polícia num mesmo dia e foi cobrado seu comprovante de residência. Beltrão novamente não deixa claro se o homem era negro, apenas informa que ele morava em uma “comunidade”. Após esse exemplo, inicia-se a discussão com as falas dos jornalistas Sandra Kogut, Artur Xexéo e Octávio Guedes, em que todos seguem falando sobre a falência da política de segurança do Estado, as condições políticas que levaram à uma intervenção federal e a excepcionalidade do caso da intervenção. Eles focam em reverter as críticas à instalação da intervenção (trazida pelo vídeo e, naquele momento, muito difundida nas redes sociais) e sem discutirem a pauta principal trazida pelos midiativistas: a violência e os abusos policiais contra a população negra. A única que menciona brevemente os atingidos por operações policiais é Kogut, que opta por identificá-los como “as pessoas que moram nessas comunidades” e não como pessoas negras.

Identificamos também marcas linguísticas diversas na fala dos jornalistas do

Estúdio i que, a nosso ver, remetem à condescendência com o qual a mídia e outras instituições trataram na época a decisão do governo de convocar a atuação dos militares. Algumas palavras e expressões utilizadas para se referirem à intervenção, como: “nebulosa”, “incerteza”, “ineditismo”, “novidade” e “nova situação” expressam uma dúvida na fala dos jornalistas. Mas entendemos que não se trata da incerteza do medo, como no vídeo dos midiativistas, mas de uma linguagem de adesão à justificativa apresentada pelo governo de que a intervenção era necessária para reverter o quadro de violência do Rio de Janeiro. Outros argumentos usados pelos jornalistas também nos levaram a essa interpretação, de que há um discurso de adesão e esperança nos jornalistas em relação à intervenção e um tom de crítica e afastamento em relação ao vídeo dos midiativistas, os quais destacamos a seguir. No trecho em que Beltrão diz: “ é assim, evidente que é uma novidade, digamos assim, mas eu sou da opinião, que a gente tem que esperar também as coisas acontecerem e também não adiantar problemas” e afirma: “Até pelo ineditismo da coisa… eu não sei a opinião aqui do Xexéo… estamos acompanhando o começo de uma nova história”, ao que o jornalista Artur Xexéo responde com algum tom de crítica ao abandono de outras áreas de atuação do Estado, porém utilizando de argumentos que expressam a mesma dúvida esperançosa de Beltrão e de um discurso de adesão à necessidade da intervenção, expresso pelo uso do verbo “cuidar”: “talvez seja bom, a gente ainda não sabe, vai cuidar só de uma área e o resto vai ficar destruído como tá”. Além disso, Octávio Guedes também afirma: “a gente realmente tem que esperar pra ver o que que é isso”. Nos enunciados destacados, na fala dos três jornalistas encontramos a repetição da mensagem de que é necessário esperar para expressar julgamentos sobre a intervenção militar, neutralizando, assim, a mensagem de urgência sobre os perigos da intervenção trazida pelos midiativistas. Além disso, na fala de Beltrão em que ela afirma que a intervenção é uma “novidade”, que é preciso “esperar as coisas acontecerem” e “não adiantar problemas” podemos enxergar uma resposta às recomendações feitas no vídeo em relação à atuação dos militares, construindo um efeito de sentido de que os midiativistas denunciam problemas que ainda não existem e trazem alardes desnecessários sobre a intervenção federal.

Apesar de apresentarem argumentos que respondem aos enunciados trazidos pelo vídeo dos midiativistas, no decorrer da conversa entre os jornalistas, o vídeo deixa de ser mencionado diretamente por eles, somente quando Beltrão se direciona à jornalista Flávia Oliveira, que ela retoma as orientações do vídeo, mas sem ainda mencionar que elas se direcionam para a população negra. O convite à Flávia para

opinar sobre o assunto ocorre somente após cinco minutos de discussão, depois de todos falarem, mesmo sendo ela a única jornalista negra da bancada, e que foi interrompida logo após iniciar sua primeira fala, conforme o quadro abaixo:

Quadro 9 - Transcrição de trecho do programa *Estúdio i* de 19/02/18

Locutor	**Transcrição**
Maria Beltrão:	Flavinha, chama atenção aí a questão de ter viralizado esse vídeo, muitas pessoas se identificando totalmente com essa ideia… tudo bem, é necessário, pode ser necessário, tem apoio da população… mas tem certos cuidados que vão ter que continuar aí no foco das atenções, né? O querido Edu (Carvalho), conhecido nosso, querido… Quando ele fala… não é banal, né? Você ter medo de sair com o guarda-chuva grande que podem confundir com uma arma… isso não é banal, né?
Flávia Oliveira:	Sem dúvida alguma, Maria. E é importante sublinhar que, embora esse vídeo tenha surgido da motivação pós… da comoção em relação à essa zona nebulosa, que a Sandra definiu muito bem, pós-anúncio da intervenção, essa é uma realidade que afeta os jovens brasileiros, sobretudo os jovens negros. Mais da metade dos homicídios praticados no Brasil são contra a população masculina de 15 a 29 anos, 80% deles negros, de pele preta ou parda. Então, não é sem motivo que esses jovens estão se manifestando e não é sem motivo que esse vídeo viralizou… foram… (Flávia é interrompida por Artur Xexéo)

(grifos nossos)

Na fala de Beltrão, reproduzida acima, as negações, as hesitações e as interrogações no discurso da apresentadora são marcas que nos levaram a analisar como um receio em demonstrar qualquer aprovação ao conteúdo do vídeo, ainda que ela tente disfarçar tal relutância por meio de adjetivos elogiosos ao jornalista Edu Carvalho (“querido”, “conhecido nosso”). Nos enunciados “tudo bem… pode ser necessário… mas” e “não é banal, né?” a jornalista se esquiva dela mesma afirmar

que não pode ser banalizado o pedido para que uma pessoa não saia da rua portando um guarda-chuva longo.

Por sua vez, em sua fala, a jornalista Flávia Oliveira utiliza o verbo “sublinhar” para destacar, pela primeira vez durante a discussão, que tais perigos são a realidade na qual vivem os jovens negros, reforçado por ela como aqueles “de pele preta ou parda” e fornece dados estatísticos sobre o assassinato da juventude negra pela polícia. Em resposta às falas que a antecederam, Flávia se vê na necessidade de defender e enfatizar duas vezes que a viralização do vídeo “não é sem motivo”, o que mostra como os as falas anteriores dos jornalistas foram no sentido de concluir que o vídeo era desnecessário, como nos trechos “não adiantar problemas” e “tem que esperar para ver como isso se dá” das falas de Beltrão.

Porém, antes de concluir sua argumentação, Flávia Oliveira foi interrompida por Artur Xexéo:

Quadro 10 - Transcrição de trecho do programa *Estúdio i* de 19/02/18

Locutor	**Transcrição**
Artur Xexéo:	(interrompendo) Flávia, eu acho que tudo que a intervenção em geral, não essa intervenção aqui, mas quando há uma disposição dessa, como veio uma intervenção, isso sempre acontece… Você cria estereótipos e ataca estereótipos. Eu não sou cataclísmico… Quando anunciaram a intervenção, as redes sociais estão cheias de anúncios de perigo, lembrando da ditadura, e eu não tenho nenhum medo disso… Mas ao ver esse vídeo eu realmente fiquei um pouco preocupado, porque isso era um comportamento que a gente tinha… brancos… no tempo da ditadura. Talvez eu seja o único que já era quase adulto aqui na época da ditadura, eu usava cabelos compridos e jeans rasgado então eu era confundido com terrorista. Eu e muita gente, então a gente era parado na rua. Então a gente tinha códigos assim (apontando para o telão com o vídeo), estar sempre com a identidade, que não era obrigatório usar na época, porque eu era parado diariamente à noite. Eu tava às duas da manhã, na época a gente ficava até às duas da manhã em pontos de ônibus no Rio de Janeiro, eu ficava às duas da manhã no ponto de ônibus, era parado

	pela polícia toda hora. Ele me revistava de cima a baixo. E aí quando eu vi esse vídeo eu achei até que ele era meio irônico, aí quando eu percebi que era sério, eu falei: 'mas, gente, isso era muito parecido com o que havia na ditadura'.

Artur Xexéo, ao interromper a fala da jornalista Flávia Oliveira, usa de justificativa para defender o seu ponto de vista que momentos de intervenção federal sempre fazem surgir alardes como esses do vídeo, naturalizando a situação com a frase "isso sempre acontece". Em sua argumentação, o jornalista utiliza o enunciado "eu não sou cataclísmico", que desqualifica o conteúdo das orientações dadas pelo vídeo – conferindo novamente aos alertas dos midiativistas um sentido de exagerados e desnecessários, ou de "mimimi", como são comumente acusadas as denúncias de racismo. No enunciado "as redes sociais estão cheias de anúncios de perigo" vemos que o jornalista também tece uma opinião negativa (e um alerta) quanto ao meio no qual os discursos antirracistas trazidos pelo vídeo se propagaram (as redes sociais). Ao generalizar, criticando as redes sociais como um todo como "anunciadoras de perigos", Xexéo expressa duas coisas: o medo desses contra-discursos que são trazidos pelas redes e a tentativa de relacionar o suporte no qual esses discursos foram produzidos (a redes sociais) com a veracidade/legitimidade de seus conteúdos.

Além disso, ao dizer "eu não tenho nenhum medo disso", se referindo ao fato de que com a intervenção poderiam surgir situações semelhantes às enfrentadas durante a ditadura, o jornalista ignora que a mensagem de alerta em relação à intervenção militar trazida pelos midiativistas está inscrita num contexto de racismo e é direcionada para pessoas negras e que, para ele, como homem branco de meia idade, não há mesmo o que temer quanto a isso.

O jornalista dá continuidade ao argumento, utilizando-se da sua idade ("Talvez eu seja o único que já era quase adulto aqui na época da ditadura") para legitimar seu depoimento, dizendo que essas orientações para abordagens indevidas já eram comuns na ditadura e que ele mesmo foi parado diversas vezes por usar cabelos compridos, jeans rasgado e andar às duas da manhã. Em seguida, o jornalista, ao se colocar no centro da discussão e enumerar diversas situações que ele sofreu durante a ditadura ("eu era confundido com terrorista"; "a gente era parado na rua"; "eu era parado diariamente à noite"; "era parado pela polícia toda hora. Ele me revistava de cima a baixo"), se empenha em mostrar que não existe necessariamente racismo na atuação da polícia, mas que é algo comum em situações de exceção, inclusive com

brancos como ele. Defende também que as recomendações para driblar a atuação indevida da polícia feitas pelos midiativistas não é nenhuma novidade: “isso era um comportamento que a gente tinha… brancos… no tempo da ditadura. Então a gente tinha códigos assim”. Por fim, Xexéo diz que duvidou se o vídeo era irônico ou não e depois que “percebeu que era sério”. Nesse momento ele trata de desviar a denúncia de racismo: “mas gente isso era muito parecido com o que havia na ditadura”, construindo, assim, a tese central tecida desde o início da sua argumentação, de que tais denúncias são “cataclísmicas” e que as dicas do vídeo são vitimismo das pessoas negras, uma vez que esse mesmo tratamento da polícia é dado também a pessoas brancas em situações de exceção.

Sobre a suposta ironia contida no vídeo, apontada por Xexéo, é provável que ele se refira aos trechos (os únicos que podem dar margem a tal interpretação) em que os midiativistas orientam os jovens negros a não carregar guarda-chuva longo, nem furadeira ou pinho sol na mochila, sob risco de serem confundidos com bandidos. No entanto, se considerarmos ironia como “dizer o contrário do que se quer fazer o destinatário compreender” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2016, p. 291) não necessariamente as dicas dos midiativistas devem ser consideradas irônicas, uma vez que os interlocutores primários do vídeo são jovens negros moradores de periferias e que tais enunciados dialogam diretamente com situações reais e recentes de violência policial contra negros, como o caso de Rafael Braga, jovem preso após as manifestações de junho de 2013 sob acusação de estar com uma garrafa de pinho sol na mochila.

Sobre a comparação feita por Xexéo, entre o racismo da polícia e os abusos da ditadura, é importante lembrar que segundo o Índice de Vulnerabilidade Juvenil à Violência e Desigualdade Racial (UNESCO, 2017), jovens negros são as principais vítimas da violência e têm 2,7 vezes mais chances de serem assassinados no Brasil do que jovens brancos. Portanto, o debate central no programa deveria ser sobre a violência racial que mata indivíduos e os classifica de acordo com sua cor de pele ainda em 2018, mas Xexéo tenta igualar o racismo institucional da polícia de hoje aos abusos da ditadura há três décadas – que, por sinal, atingiam com mais violência os negros.

Por último, faz-se necessário analisar também as interrupções impostas à fala de Flávia Oliveira. Além da jornalista ter sido a última a ser chamada para a discussão na bancada, há a interrupção de Xexéo (mostrada anteriormente) e mais duas interferências durante a exposição da jornalista, dificultando que a mesma dê

continuidade à sua argumentação, inclusive uma das interferências é da própria apresentadora, que atua como reguladora da conversa.

Quadro 11 - Transcrição de trecho do programa *Estúdio i* de 19/02/18

Locutor	**Transcrição**
Flávia Oliveira:	(retomando após a 1ª interrupção de Xexéo) eu acho que dá a medida da tensão, embora seja uma realidade estatística que extrapola, que é pré-intervenção.
Maria Beltrão:	(falando junto com Flávia) intervenção… isso que eu ia dizer…
Flávia Oliveira:	já são 48 horas 1 milhão e 700 mil visualizações, então realmente foi um acontecimento, né? Do ponto de vista de rede social...
Artur Xexéo:	(interrompendo) Flávia…
Flávia Oliveira:	(elevando o tom de voz) Deixa só eu falar uma coisa aqui sobre a rodada anterior que eu acho importante. A gente tá localizando no Rio de Janeiro esse debate, mas esse debate sobre intervenção é um debate nacional e eu acho importante sublinhar isso, seja do ponto de vista político, pelo ineditismo dessa iniciativa, que de alguma maneira põe em xeque o pacto federativo, seja do ponto de vista orçamentário, porque é dinheiro do país inteiro, portanto, de todos os brasileiros, que será dragado na direção do Rio de Janeiro, que construiu as condições pra isso, mas eu acho que esse debate precisa ser nacionalizado, sabe?
Maria Beltrão:	Olha, vou chamar… (encerra-se o vídeo ao passar para próxima pauta).

Vemos, no quadro acima, que após a fala de Xexéo, Flávia retoma sua fala, porém sofre uma sobreposição de fala de Maria Beltrão e depois precisa se impor para evitar uma nova tomada de fala por parte de Xexéo. Esse esforço para conseguir

concluir sua argumentação pode ser visto através da elevação do tom da sua voz, pela sua expressão facial e pela sua súplica “Deixa só eu falar uma coisa aqui sobre a rodada anterior que eu acho importante”.

Tomando essas interrupções como marcas linguísticas, entendemos que elas constroem uma desautorização da jornalista enquanto enunciadora e também do discurso que ela vinha defendendo em sua fala. A interferência de Maria Beltrão, como reguladora do debate, sobretudo, legitima outras interrupções por parte dos demais interlocutores da bancada. No que concerne à função de regulação e à gramática da interação de uma conversação, na análise do discurso, Gaulmyn (apud CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2016) distingue três tipos de atividades:

> a atividade de regulação que registra o simples fato de que o locutor fala sem ratificar a enunciação nem o enunciado, e que pode incitá-lo a prosseguir ou a preparar uma transição; por outro lado a regulação que *aprova* a enunciação e/ou o enunciado do locutor, que o sustenta ou que marca o acabamento de um tema e o fim próximo da intervenção; enfim, a regulação que desaprova ou coloca em dúvida o enunciado do locutor e que pode também provocar uma continuação ou acarretar uma interrupção do locutor” (GAULMYN, 1987 apud CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2016, p. 427)

Além de ser a única com um discurso de adesão ao conteúdo do vídeo dos midiativistas, Flávia Oliveira é a única mulher negra na bancada do *Estúdio i* e essas interrupções, ao nosso ver, possuem também um significado discursivo de desqualificar a jornalista como enunciadora e, sobretudo, de suplantar sua autoridade como uma mulher negra a falar sobre racismo. Em resposta a essa hostilidade, Flávia se vê na necessidade de mencionar as estatísticas de homicídios de negros no Brasil, de repetir que “não é sem motivo” que um vídeo como esse foi produzido, de citar os dados de viralização do vídeo (“já são, em quarenta e oito horas, 1 milhão e 700 mil visualizações”), e de fazer perguntas retóricas para defender a importância da pauta (“então realmente foi um acontecimento, né?”; “mas eu acho que esse debate precisa ser nacionalizado, sabe?”)

Em nossa leitura, a partir dos indícios levantados acima, Xexéo, ao interromper e roubar o turno de fala de Flávia Oliveira, faz o que historicamente a mídia hegemônica faz: silencia pessoas negras, sobretudo mulheres. Como jornalista negra, Flávia poderia ter um lugar de protagonismo de fala nesse tema, mas, a exemplo da suspeição imposta aos enunciadores que produziram o vídeo denunciando a intervenção, a jornalista passa cinco minutos calada sem ser chamada à conversa e depois precisa de esforço para ter sua fala respeitada.

3.2 “Notícias-respostas”: uma breve discussão

Ao longo das análises, acompanhamos a repercussão de assuntos contra-agendados das redes para a agenda midiática hegemônica e o embate com essas novas vozes que ganham visibilidade no debate racial no Brasil. Agora, faz-se necessário promover uma breve discussão sobre as marcas linguísticas encontradas e as estratégias discursivas utilizadas pela mídia tradicional, visando conectar algumas pontas que ficam de um trabalho interdisciplinar – com a ajuda das reflexões de Ribeiro (2017), Gomes (2017) e Kilomba (2012) –, porém, obviamente, sem a pretensão de conseguir esgotar o assunto.

A partir das notícias analisadas, – que dialogam com os contra-discursos das redes, mostrando que eles são fortes o suficiente para serem respondidos – entendemos que a publicação das “notícias-respostas” na mídia hegemônica sobre esses acontecimentos já são, em si, uma evidência do poder que o midiativismo negro digital possui de promover rachaduras na agenda desses veículos e de funcionar como ferramentas de mobilização na luta antirracista. No entanto, vimos que, se por um lado, essas respostas reforçam um poder de contra-agendamento, por outro, essas notícias se esquivam de afirmar o racismo denunciado pelas redes, tratando-o como uma interpretação equivocada, uma polêmica, uma ofensa, um equívoco, uma injustiça/desrespeito ou uma narrativa exagerada.

Como vimos nas análises, aparecem nas notícias da mídia hegemônica teses presentes nos discursos sobre a questão racial no Brasil desde o colonialismo, reeditadas por meio de estratégias discursivas de negação do racismo e/ou de desqualificação dos enunciadores negros enquanto fontes, o que de alguma forma simula como a realidade do racismo ainda é minimizada, justificada e invisibilizada na sociedade. As marcas discursivas levantadas durante as análises nos permitem entender que, ainda que os discursos antirracistas alcancem a agenda da mídia hegemônica, a ambiguidade, a deslegitimação, a dissimulação, a negação e o esvaziamento continuam a ser uma das formas de o racismo brasileiro se manter e se expressar, e corroboram com a tentativa de manutenção da velha ideia de harmonia racial no país. E vimos que uma das teses mais fortes nas notícias analisadas é a de que grupos que se manifestam e lutam pela causa racial seriam produtores de excesso de problematizações e enxergariam racismo em tudo, ou seja, de que há

nessas falas um excesso de “politicamente correto” que produziria tensões desnecessárias[35], uma visão “cataclísmica”, conforme afirmou o jornalista Artur Xexéo no programa *Estúdio i*.

Compreendemos também que, por vezes, os contra-discursos advindos de movimentos de midiativismo negro ganham visibilidade numa produção discursiva midiática porque torna-se impossível que tais assuntos sejam simplesmente ignorados como pauta, tamanha a visibilidade que adquirem nas redes sociais e canais de comunicação na internet. Porém, ao tratar do tema, a mídia hegemônica não necessariamente apresenta esses enunciados pelo viés da resistência, e muitas vezes atua se apropriando dos discursos antirracistas, reproduzindo-os em novos espaços e esvaziando-os de forma a enfraquecê-los politicamente e a fortalecer a hegemonia. Sobre esse movimento de blindagem do sistema de autorização discursiva, Ribeiro (2017) afirma que:

> A interrupção no regime de autoridade que as múltiplas vozes tentam promover faz com que essas vozes sejam combatidas de modo a manter esse regime. Existe a tentativa de dizer “voltem para seus lugares”, posto que o grupo localizado no poder acredita não ter lugar. (RIBEIRO, 2017, p.85)

O processo de descontextualização que esses contra-discursos sofrem, ao serem reproduzidos pela mídia hegemônica, produz um efeito de enfraquecimento dos mesmos. Mas, como afirma Ribeiro (2017, p. 90), as redes digitais têm se tornado não somente uma fonte de tensionamentos, mas de produção de discursos outros, a partir de novos referenciais e geografias, que “visam pensar outras possibilidades de existências para além das impostas pelo regime discursivo dominante”. Ao romper com esse regime, e produzir novos discursos, essas redes de midiativismo negro criam, assim, novas formas de construção de verdades, evidenciando o poder de intervenção da linguagem para reverter narrativas racistas que vêm sendo dadas como únicas e universais desde a colonização.

Nas denúncias em relação à campanha do papel higiênico preto, por exemplo, o debate em torno da apropriação e esvaziamento da frase “*Black is Beautiful*” repercutiu em diversos canais de ativismo negro no *YouTube*, páginas de coletivos negros, sites de mídias negras e nas redes sociais. Essas novas vozes reverberaram não somente denunciando o racismo estrutural presente da campanha, como

[35] Há cerca de 60 anos o jornal *O Globo* protestava contra a peça “Imperador Jones”, de Solano Trindade e Abdias Nascimento, ambos fundadores do Teatro Experimental do Negro (TEN), denunciando-os como um "grupo palmarista" (em referência ao Quilombo dos Palmares) que tentava criar um problema artificial no país.

produzindo vídeos, reportagens e artigos que resgatavam a importância histórica do movimento *Black is beautiful,* criado em 1960 nos Estados Unidos por artistas e intelectuais negros. Inclusive questionando como a ausência de publicitários negros nas agências pode favorecer o surgimento de ações publicitárias de cunho racista, e analisando a campanha como uma possível estratégia irresponsável e deliberada de marketing viral da marca, por ter se apropriado de uma frase-símbolo da comunidade negra mundial e lançado a campanha justamente às vésperas do mês da consciência negra no Brasil.

> O lançamento de um produto luxuoso, vale milhões em investimento.
> **E precisa ser falado, comentado, e viralizado.**
> Esses estudos estão mudando. Descobriu-se que somos um Mercado, **preto são os produtos**, mas **negro é um mercado**, principalmente na internet e eles sabem.
> Os negros no Brasil, estão fazendo um barulho enorme na internet, viramos um termômetro do **Brasil racista**, a Dove, na semana passada havia sido nosso alvo e as ações da Unilever caíram um pouquinho, mas, voltaram a subir porque o produto vende mesmo.
> **Não se vende um produto, vende-se a polêmica e as desculpas**
> Para entendermos o **"gancho"** de mercado funciona assim: O papel higiênico **"Black is Beautiful"**poderia ter saído em qualquer mês do ano no Brasil, falaríamos e pronto, sobem-se as ações, mas **Novembro**, o **Mês da Consciência Negr**a, era o momento perfeito para a polêmica e a melhor época para o lançamento de um rolo de papel higiênico. (FILHO, 2017, grifos do autor)

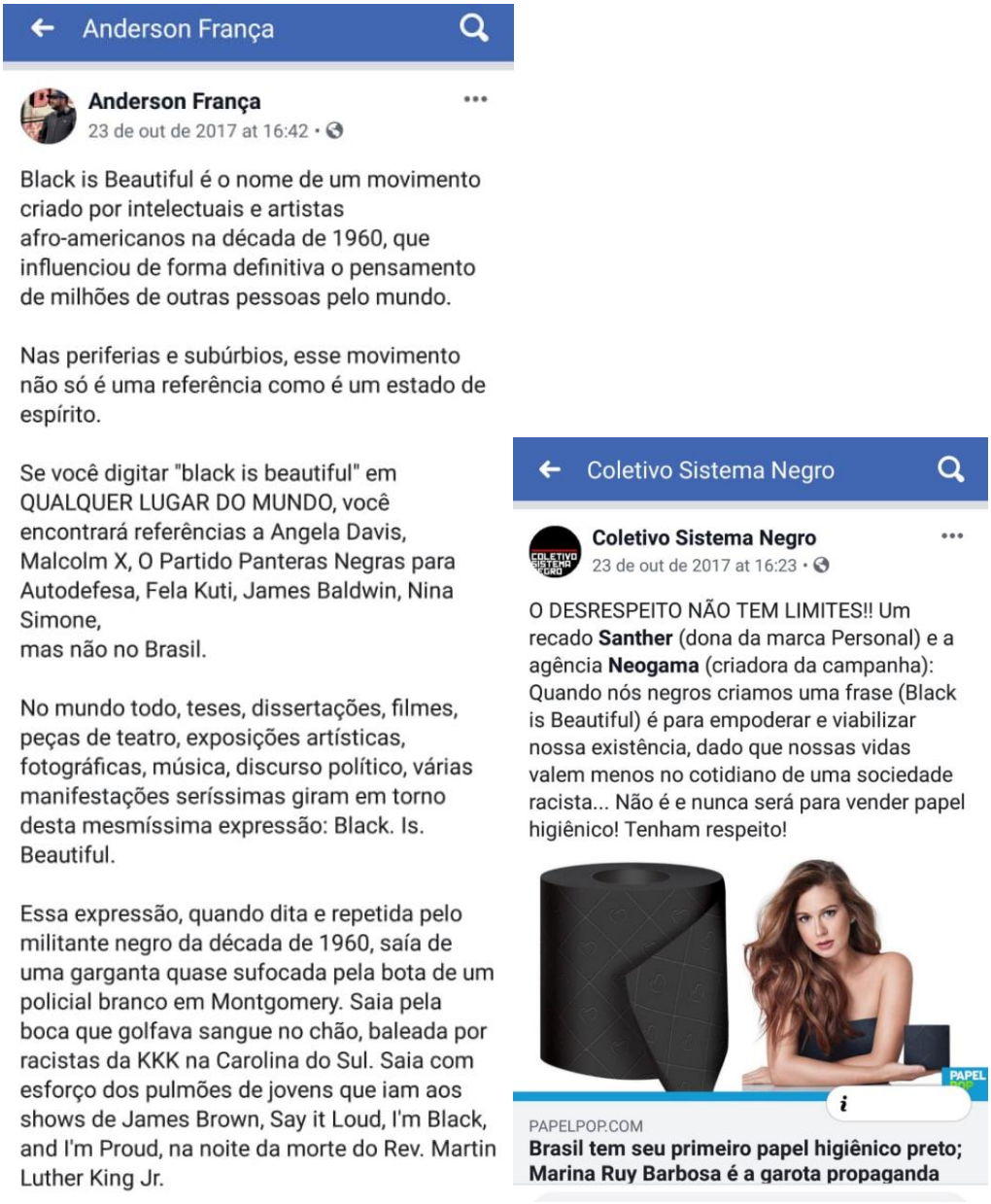


Figura 12 - Trechos das postagens do midiativista Anderson França e do coletivo Sistema Negro no *Facebook* sobre a campanha *Black is Beautiful*
Fonte: Facebook (2017)



Figura 13 - Trecho de artigo no site Geledés sobre a campanha *Black is Beautiful*
Fonte: Portal Geledés (2017)



Figura 14 - Captura de tela de vídeo no *Youtube* do canal "Enegrecendo as Coisas" sobre a campanha *Black is Beautiful*
Fonte: *Youtube* (2017)

Conforme Ribeiro (2017), entendemos o incômodo com essas vozes que se manifestam contra o racismo nas redes como uma reação a uma tentativa de romper com um processo de silenciamento, um medo da classe dominante ligado à manutenção dos privilégios e um confronto com essas vozes que passaram cobrar por visibilidade e direitos. São sujeitos que antes eram silenciados, ganharam voz e agora considera-se que “falam demais”, e sofrem retaliações por tentar tirar o véu do racismo na cena discursiva hegemônica, por expor seu enraizamento nas estruturas da sociedade. Sobre essa percepção, Ribeiro (2017) explica que:

> Falar de racismo e opressão de gênero é visto geralmente como algo chato, “mimimi” ou outras formas de deslegitimação. A tomada de consciência sobre o que significa desestabilizar a norma hegemônica é vista como inapropriada ou agressiva porque aí se está confrontando o poder. (RIBEIRO, 2017, p. 79)

Ribeiro (2017) cita também Grada Kilomba como uma autora essencial para discutir esse incômodo diante da ousadia de confrontar e romper com a voz única sobre o racismo. A autora resgata as reflexões de Kilomba sobre a máscara do silenciamento para debater quais são os limites de autorização discursiva impostos dentro dessa lógica colonial e quais as consequências da imposição da máscara do silêncio até os dias de hoje.

> Dentro desse projeto de colonização, quem foram os sujeitos autorizados a falar? O medo imposto por aqueles que construíram as máscaras serve para impor limites aos que foram silenciados? Falar, muitas vezes, implica em receber castigos e represálias, justamente por isso, muitas vezes, prefere-se concordar com o discurso hegemônico como modo de sobrevivência? E, se falamos, podemos falar sobre tudo ou somente sobre o que nos é permitido falar? Numa sociedade supremacista branca e patriarcal, mulheres brancas, mulheres negras, homens negros, pessoas transexuais, lésbicas, gays podem falar do mesmo modo que homens brancos cis heterossexuais? Existe o mesmo espaço e legitimidade? (RIBEIRO, 2017, p. 77)

Especialmente na análise do programa *Estúdio i*, que repercute o vídeo dos midiativistas negros contra a intervenção federal, vemos nas falas dos jornalistas, destacadas durante as análises, como as denúncias alçadas pelo midiativismo negro digital são imediatamente combatidas como atitudes que poderiam causar prejuízos à harmonia social, expressando uma aversão a qualquer movimento que questione o discurso da democracia racial no Brasil. Um receio que, em certa medida, resgata a máscara do silenciamento, legitima a política dominante de silenciar “os outros” e evidencia um sistema de silenciamento movido não somente pela opressão, mas pelo medo do que pode ser dito por esses sujeitos.

> A máscara, portanto, suscita muitas questões: por que a boca do sujeito negro deve ser presa? Por que ela ou ele deve ser silenciado? O que poderia dizer o sujeito negro se a sua boca não fosse selada? E o que o sujeito branco deveria ouvir? Há um medo apreensivo de que, se o sujeito colonial falar, o colonizador terá que escutar. Ele/ela seria forçado a um confronto desconfortável com a verdade dos "Outros". Verdades que foram negadas, reprimidas e mantidas em silêncio, como segredos. Eu gosto dessa frase "quieto na medida em que é forçado a". Essa é uma expressão das pessoas da Diáspora africana que anuncia como alguém está prestes a revelar o que se supõe ser um segredo. Segredos como a escravidão. Segredos como o colonialismo. Segredos como o racismo. (KILOMBA, 2016, p. 176)

Nesse sentido, ao não qualificar os enunciadores das redes, as notícias da mídia hegemônica reforçam a propriedade da palavra. Marina Ruy Barbosa, assim como Mallu Magalhães e o Metrô Rio apresentam suas desculpas após as denúncias de racismo, mas o que acontece no intervalo que entre o dizer e o desdizer, o movimento que motiva os pedidos de desculpas, aparece nas notícias de forma pormenorizada. O que chega para a o público desses jornais é uma forte oposição entre os discursos oficiais de empresas e figuras públicas – tratadas como "verdade" – e as denúncias das redes – tratadas como interpretações exageradas e equivocadas. Esse movimento de deslegitimação através do discurso mostra como a linguagem pode ser utilizada como forma de controle e manutenção de poder e, conforme Ribeiro (2017), evidencia a urgência de transcender a autorização discursiva hegemônica.

> O falar não se restringe ao ato de emitir palavras, mas de poder existir. Pensamos lugar de fala como refutar a historiografia tradicional e a hierarquização de saberes consequente da hierarquia social.
> Quando falamos de direito à existência digna, à voz, estamos falando de locus social, de como esse lugar imposto dificulta a possibilidade de transcendência. (RIBEIRO, 2017, p. 64)

No vídeo dos midiativistas negros contra os abusos da intervenção militar, embora os três sejam profissionais de comunicação formados[36], e possuam canais de

[36] Adilson Santos Junior, conhecido nas redes como AD Junior, é jornalista e possui um canal no Youtube chamado Descolonizando, com 28.570 inscritos#, que foi criado com o objetivo de abordar o racismo estrutural presente no dia a dia, além de falar sobre identidade de gênero e temas de política. Spartakus Santiago é publicitário, 24 anos, e sua página no Facebook, criada em agosto de 2017, possui mais de 523 mil seguidores e são 105.766 mil inscritos em seu canal no Youtube. Na descrição de sua página no Facebook, Spartakus explica que um de seus objetivos é descomplicar temas complexos, utilizando ganchos de acontecimentos da mídia". Dessa forma ele procura aumentar o entendimento sobre questões importantes como racismo e LGBTfobia. E o terceiro enunciador é Eduardo Carvalho, jornalista, ativista e chefe de reportagem do FaveladaRocinha.com, um site de comunicação comunitária desenvolvido por estudantes de comunicação da própria comunidade da Rocinha, com 13.955 seguidores no Facebook, o site reúne todos os tipos de informativos e notícias que envolvam e

midiativismo negro na internet com audiência suficiente para viralizar assuntos em poucas horas, essa trajetória foi resumida e, por vezes, ignorada pelas notícias que repercutiram o vídeo na mídia tradicional. Nas notícias, eles são apresentados simplesmente como “jovens negros”, “colegas”, “amigos”, “homens” e “youtubers”. Dentro do contexto do modo negativizado e desautorizado com que o jovem negro sempre é representado pelo discurso da mídia hegemônica, essas denominações rasas dos enunciadores adquirem um efeito de sentido de que se trata simplesmente de três jovens que fizeram um vídeo amador na internet, que viralizou.

E apesar de todas as ponderações dos jornalistas do *Estúdio i* e a confiança de que era preciso “esperar as coisas acontecerem” e “não adiantar problemas” em relação à intervenção federal, encontramos estudos e relatórios que fazem balanços sobre a atuação das forças militares no Rio e que mostram que as recomendações dadas pelos ativistas não tinham nada de “cataclísmicas” e antecipavam precisamente o que estava por vir, como mortes, tiroteios, roubos, invasões de casa, agressões físicas, tortura, abusos sexuais e até estupros. O Relatório do Circuito de Favelas por Direitos (DEFENSORIA PÚBLICA DA UNIÃO; DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO RJ, 2018) revela que nas 25 favelas da região metropolitana visitadas foi registrado um total de 30 tipos diferentes de violações, sendo parte delas ligadas a abordagem indevida, como as denunciadas pelos midiativistas, e destacando-se, entre elas, a proibição de filmagem e a vasculha de celulares, justamente uma das dicas mais frisadas no vídeo: o uso do celular como ferramenta de registro dos abusos.

Entre as denúncias de violações, destacamos abaixo três relatos de moradores que constam no Relatório, que validam as orientações dadas pelos midiativistas no vídeo, inclusive as que foram tomadas como irônicas pelos jornalistas do programa *Estúdio i*:

Quadro 12 - Comparação entre orientações de segurança do vídeo sobre a intervenção militar e abusos registrados durante a ação dos militares

Orientação do vídeo	**Relatório Circuito de Favelas por Direitos 2018**
Andar sempre com documento de	“Comerciantes relatam que as polícias entram nas casas e nos comércios. e que se não tiver com identidade, os

interessem à comunidade e seus moradores. Além de repórter, Edu Carvalho também é colaborador do programa Conversa com Bial, da TV Globo.

identificação	policiais batem, agridem, tiram fotos de todo mundo, por isso, nem comprar pão os moradores vão sem identidade.” (Defensoria Pública da União; Defensoria Pública do Estado do RJ, 2018, p. 7)
	“‘Fui tirado da minha cama 5:30 da manhã, estava dormindo, fui jogado no beco praticamente sem roupa e começaram a me agredir mesmo eu falando que era trabalhador e minha mãe mostrando a ctps. A minha sorte, foi que os vizinhos todos saíram de casa e impediram que fizessem pior comigo’”. (Defensoria Pública da União; Defensoria Pública do Estado do RJ, 2018, p. 13)
Ter sempre a nota fiscal para comprovar a posse do bem	“‘Não tenho nenhuma proteção não! eles entram nas nossas casas, mexem na panela, abrem a geladeira. acham que tudo o que a gente tem é roubado, pedem nota, tem que ter nota de tudo?’”. (Defensoria Pública da União; Defensoria Pública do Estado do RJ, 2018, p. 6)

Segundo dados do Instituto de Segurança Pública (ISP), o número de mortes cometidas por policiais registradas de janeiro até novembro de 2018, durante o período da intervenção federal, somam 1.444, o maior desde que se iniciou a série de registros históricos, em 2003, com aumento de 39% em relação ao mesmo período de 2017. Entre as mortes da intervenção está a de Deivison Faria de Sousa, 28 anos, morador da Rocinha, ajudante de pedreiro, que foi baleado na varanda de casa durante um tiroteio, enquanto segurava seu filho de 10 meses no colo. Sobre a morte de Deivison, na notícia do jornal *El País*, de 28 de dezembro de 2018, encontramos um relato de familiares do jovem que dialoga diretamente com o conteúdo das orientações de segurança dadas pelos ativistas no vídeo “Intervenção no Rio: Como sobreviver a uma abordagem indevida”:

> Os abusos policiais sempre foram rotina na Rocinha, mesmo antes da intervenção federal. Familiares de Deivison relatam casos em que policiais já entraram na casa de moradores sem motivo e os agrediram. Os cuidados cotidianos incluem não sair sem identidade, mesmo que seja para ir a uma padaria ao lado. E manter o contracheque em um lugar sempre acessível de casa, para poder mostrar para policiais quando eles baterem na porta. Porém, foi a

> primeira vez que a família se deparou com alguém agonizando até a morte. "Quando é um estranho a gente fica chocado, mas imagina quando é alguém da sua família... E você não pode fazer nada. A gente ainda tentou levar no hospital", lamenta Diogen. (BETIM, 2018)

Destacamos também o caso de um jovem morto em setembro, no morro Chapéu Mangueira, no Leme. Rodrigo Alexandre da Silva Serrano, 26 anos, foi morto quando descia da sua casa para buscar a esposa e os dois filhos no início da ladeira, porque estava chovendo. No caminho, os PMs dispararam três tiros contra ele por terem confundido seu guarda chuva longo com um fuzil e o suporte de carregar o bebê com um colete à prova de balas. A título de ilustração de como as recomendações trazidas no vídeo dos midiativistas, tratadas como “irônicas” e “cataclísmicas” na mídia hegemônica, dialogavam diretamente com a realidade do jovem negro na favela, reproduzimos abaixo a recomendação dada pelo midiativista Spartakus Santiago no vídeo, que poderia servir de legenda para a foto tirada no dia do assassinato de Rodrigo, exatos sete meses depois da publicação do vídeo no *Youtube*:

> Em lugares públicos evite o uso de furadeira e guarda-chuva longo. Parece bobagem, mas muitas pessoas olham isso de longe e acham que são armas de fogo. Prefira guarda-chuvas pequenos que possam ser dobrados e colocados numa bolsa pra evitar qualquer problema. (INTERVENÇÃO..., 2018)



Figura 15 - Foto de guarda-chuva que Rodrigo Serrano segurava no momento do seu assassinato.
Fonte: Reprodução *Twitter* - *El País* (2018)

O que essas mortes têm em comum? São jovens, negros, que moravam em favelas sob intervenção federal. E mesmo com todas essas evidências, quando um jovem negro grita contra esse sistema é considerado vitimismo. Diante disso, retomando a questão anteriormente abordada sobre bionecropolítica e mídia, seria um exagero afirmar que o poder de articular o jogo da autorização e da interdição de falas mergulha a mídia em uma grande responsabilidade sobre esse sistema de violência racial? Através das análises, vimos que a força policial é a parte executora de uma necropolítica que conta com muitos outros atores, sendo um deles a mídia hegemônica, que fecha os olhos para uma realidade que ceifa milhares de vidas todos os anos. E mesmo quando o tema da violência policial é contra-agendado pela força das redes, ainda assim o debate é esvaziado, estereotipado e desqualificado pela mídia. Através do discurso, ela produz historicamente sujeitos desumanizados e silenciados, que têm suas falas suprimidas, e quando torna-se impossível de calá-las, ainda têm suas denúncias deslegitimadas, normalizando-se a opressão – policial e outras – contra os negros, instituindo e naturalizando lugares de suspeição e abrindo caminho para o genocídio.

Entretanto, em oposição à essa construção histórica de eliminação do corpo negro, contemplamos o emergir de novas formas de resistir ao que vem sendo dado como único, e de construir novas verdades, novos meios desses sujeitos silenciados poderem contar suas próprias histórias e propor alternativas. A partir das denúncias que suscitaram o contra-agendamento dessas pautas na mídia hegemônica, verificamos o papel de representação da linguagem, mas sobretudo seu poder de intervenção. O vídeo dos midiativistas, por exemplo, não é simplesmente um manual, um tutorial, é uma denúncia, um grito, um chamado à resistência. Ele cumpre um papel que vai além do plano representacional, participando efetivamente da construção daquele momento histórico, organizando a resistência e trazendo discursos alternativos àqueles criados pela mídia em geral, de que a intervenção era necessária para a segurança. Novas narrativas como essas, antes silenciadas, colocam o aparato policial e militar num novo lugar, no plano da violência, e produzem contra-discursos que permitem questionar: a intervenção é para segurança de quem?

Gomes (2017), ao abordar o movimento negro como não só como uma ferramenta de luta, mas também de educação, nos ajuda a compreender como esse “sujeito político” abre espaço para essas novas formas de nomear, interpretar e intervir no mundo:

> Enquanto sujeito político, esse movimento produz discursos, reordena enunciados, nomeia aspirações difusas ou as articula, possibilitando aos indivíduos que dele fazem parte reconhecerem-se nesses novos significados. Abre-se espaço para interpretações antagônicas, nomeação de conflitos, mudança no sentido das palavras e das práticas, instaurando novos significados e novas ações. (GOMES, 2017, p. 47)

Tomando a máscara do silenciamento como a evidência primeira de um projeto de calar e impor o medo às vozes negras, podemos considerar o midiativismo negro digital como uma das respostas mais recentes do movimento negro a esse regime de silenciamento e racismo. Embora não seja possível circunscrever todas as iniciativas de midiativismo negro dentro de uma mesma concepção de movimento negro, reconhecemos que essas redes produzem conteúdos de resistência à perpetuação dos discursos coloniais, que hierarquizam e subalternizam homens e mulheres negras, presentes até hoje na lógica permanente da repressão, da opressão, da despossessão e do racismo. Conforme Conceição Evaristo explica, essas novas fontes de produção de narrativas tornam-se instrumentos para o "estilhaçamento da máscara" do silenciamento, e de luta para que os sujeitos antes desumanizados tornem-se sujeitos políticos, numa disputa para que essas vozes possam falar, e que no fundo, conforme Ribeiro (2017), inclui também uma luta por poder existir.

> Aquela imagem de escrava Anastácia (aponta pra ela), eu tenho dito muito que a gente sabe falar pelos orifícios da máscara e às vezes a gente fala com tanta potência que a máscara é estilhaçada. E eu acho que o estilhaçamento é o símbolo nosso, porque a nossa fala força a máscara. (CARTA CAPITAL apud RIBEIRO, 2017, p. 76)

Entendemos que as redes de midiativismo negro digital assumem, diante de todo esse aparato midiático que impõe às vozes negras um lugar de inferioridade, um caráter de mídia de resistência, com a função de não somente noticiar fatos, mas cujo objetivo é de educar, conscientizar, tensionar e mobilizar através de um conhecimento que, apesar de já possuir respaldo na academia atualmente, foi forjado na luta do movimento negro. Consideramos o midiativismo negro digital como uma ponte importante entre a produção de saberes emancipatórios produzidos pelo movimento negro e a esfera pública, pressionando pela representatividade e pela retomada da voz por sujeitos que foram subalternizados até aqui.

No próximo item serão apresentadas as considerações finais deste trabalho.

Considerações Finais

Esta pesquisa se deu durante um momento de grande instabilidade política e econômica no Brasil. Após governos de orientação de esquerda, de 2003 a 2016, foi se construindo no país, sob uma forte recessão econômica, uma agenda de retrocessos políticos, econômicos, culturais que teve como marco a destituição da presidente democraticamente eleita, Dilma Rousseff, em agosto de 2016, e culminou com a eleição de Jair Bolsonaro, em 2018. Após eleições extremamente polarizadas marcadas por forte influência de igrejas evangélicas e campanhas de notícias falsas no *WhatsApp*, com discursos de ódio às minorias/PT/comunismo, o segundo turno das eleições, disputado entre Fernando Haddad (PT) e Jair Bolsonaro (PSL) atingiu cerca de 30% de votos nulos e abstenções, revelando o descrédito generalizado dos eleitores com partidos e instituições políticas tradicionais.

As mudanças ocorridas em 2017 e 2018, período em que se deu a geração de dados desta pesquisa, foram tão severas e radicais que tornaram quase impossível a tarefa de analisá-las acadêmica e politicamente durante o próprio curso dos fatos. O desafio maior era, no meio da efervescência política, não desvirtuar o propósito e objetivos traçados para a pesquisa. Mas, dada a importância dessa conjuntura política para o contexto da questão racial no Brasil, faz-se necessário mencionar tais fatos nestas considerações finais, por meio de um breve balanço.

Em primeiro lugar, gostaria de asseverar que mesmo meu recorte sendo o poder de contra-agendamento das redes de midiativismo negro digital, não poderia ignorar os discursos de ódio que também se proliferam no ambiente online. Sem a pretensão de fazer uma “adoração ao tecnicismo”, entendo a internet como um território livre para ecoar todas as vozes, incluindo também os discursos antidemocráticos, racistas, machistas, homofóbicos e fascistas, que emergiram com força nas redes no ano de 2018, durante a campanha de Jair Bolsonaro à presidência. Sabemos que as redes digitais são um território em disputa, por isso a necessidade do fortalecimento de um movimento organizado e de uma base política para esses novos sujeitos da comunicação.

Completos os primeiros seis meses do governo Bolsonaro, podemos afirmar que o Brasil passa agora, diante de uma grave crise econômica mundial, por uma reorientação neoliberal das políticas do Estado, com o acirramento de políticas de austeridade e o fortalecimento de forças de extrema direita e de discursos de

perseguição às minorias, na qual as questões de raça, gênero, juventude e direitos humanos passam a receber ataques ideológicos conservadores, que podem se materializar numa escalada de retirada de direitos.

Nesse contexto, os debates sobre raça, linguagem e comunicação social, que estiveram no centro dessa pesquisa, se firmam mais ainda como fundamentais a serem discutidos, ganhando uma expressão não somente acadêmica, mas política. Não à toa, devido à ameaça que contra-discursos como os analisados por este trabalho oferecem a governos autoritários, as perseguições do novo governo possuem como alvos principais sujeitos ou instituições que defendem o direito das minorias, com graves ameaças à liberdade de expressão e posturas de censura a jornalistas e veículos que se posicionem contra o governo. Obviamente, não devemos nos enganar em pensar que, por este motivo, as grandes corporações de mídia hegemônica oferecerão alguma resistência a tais autoritarismos, uma vez que para essas empresas existem interesses econômicos que estão acima da defesa da democracia.

Sem uma real ruptura com as bases de um passado colonial e considerando uma classe dominante que nunca experienciou uma descolonização efetiva, vemos voltar mais explicitamente à esfera pública o ódio de classe, raça e gênero materializados nos discursos do novo presidente, mas que, conforme vimos ao longo desta dissertação, sempre estiveram latentes na cena discursiva brasileira.

Com o agravamento da situação econômica e o fortalecimento de forças conservadoras, a disputa pela manutenção dos privilégios está ainda mais expressa. Inclusive do privilégio da voz, que discutimos com a ajuda de Grada Kilomba (2016) e Djamila Ribeiro (2017). A tentativa de dizer “voltem para os seus lugares”, conforme Ribeiro (2017) pontua sobre o medo que as classes dominantes têm da “onda negra”, está em primeiro lugar na pauta presidencial, explícita, por exemplo, na proposta de sucateamento do censo do IBGE, que comprova a maioria negra do país, na propagação de discursos de ódio que resgatam teorias de inferioridade racial e de gênero e na tentativa de fazer retroceder os direitos alcançados pelas reformas sociais. Mas também podemos enxergar esse mesmo “temor” em outras medidas, como no aparelhamento dos meios de comunicação públicos como a EBC e a TV Brasil, na militarização da vida cotidiana, nos discursos de defesa da “família tradicional” e da moral Cristã protestante. Por isso, diante desse cenário, reforça-se a importância de disputar esses novos lugares de fala e permanecer resistindo pela construção de contra-discursos.

Sobre o córpus desta pesquisa, é importante destacar que trata-se de um fenômeno em curso, cujo recorte foi necessário em vista da operacionalização das análises, mas muitas outras denúncias e pautas que descortinam a questão racial no Brasil são contra-agendadas diariamente das redes para a mídia hegemônica.

Sob os desafios de um trabalho interdisciplinar, tentamos buscar nas análises uma perspectiva não só da comunicação, mas da filosofia da linguagem para avançar numa visão que fosse além do conteúdo das notícias e que abordasse também o seu contexto de produção.

Entendemos que analisar as notícias da mídia hegemônica sobre denúncias de racismo pressionadas pelas redes é incluir todo um contexto que mescla mídia, racismo e poder no Brasil. Tais análises nos possibilitaram não somente estudar a importância desses novos sujeitos midiativistas negros digitais na formulação de resistências, como também identificar os traços de racismo presentes no discurso da mídia hegemônica ao ser pressionada a publicar essas vozes, mostrando como o fenômeno do contra-agendamento é mais complexo do que simplesmente uma repercussão de pautas silenciadas pelo jornalismo hegemônico.

Utilizamos os fenômenos midiáticos como categoria de análise para compreender as transformações na luta pela superação do racismo no Brasil, identificando os contornos diferenciados da colonialidade nos dias atuais, mais especificamente na mídia hegemônica. Entendemos como crucial neste trabalho a identificação de marcas que servem de sustentação ao discurso do racismo brasileiro, como: o apagamento do racismo e das questões raciais estruturais que atravessam as pautas, o esvaziamento dos discursos elaborados nas redes de midiativismo negro digital e o reforço da propriedade da palavra das vozes que sempre foram tratadas como legítimas e oficiais. Foram indícios importantes que nos mostraram como as notícias ao mesmo tempo que estabelecem uma relação dialógica com os discursos antirracistas das redes constroem discursivamente na sociedade a forma deslegitimada que sujeitos e denúncias devem ser lidas.

Ainda no que tange às análises, entendemos que as estratégias discursivas utilizadas pela mídia hegemônica contra os discursos das redes produzem efeitos que vão além das questões de linguagem. Não se tratam somente de enunciados que desqualificam, silenciam, esvaziam vozes negras sem que haja outros objetivos. Os resultados dessas operações discursivas possuem em seu cerne efeitos políticos-ideológicos que formam a base do racismo que mata e oprime a população negra.

Volto, assim, à questão de como o fazer jornalístico da mídia hegemônica é peça fundamental num cenário de necropolítica (MBEMBE, 2006), construindo, através do discurso, a estigmatização, o silenciamento, a desumanização e a subalternização da população negra no Brasil, e favorecendo, assim, a naturalização da morte social e simbólica desses sujeitos. Nas análises, vimos como o racismo ainda se forja e se atualiza nos discursos dessas notícias. Ao omitir a histórica negação de direitos, silenciar as pautas da população negra e determinar quais vozes são legitimadas e quais corpos são humanos dentro de um sistema político sustentado pelo necropoder, a mídia hegemônica dá sua parcela de contribuição para a situação de vulnerabilização das pessoas negras no Brasil, favorecendo a sustentação das condições concretas em que se exerce o poder de fazer morrer, deixar viver ou expor à morte.

Diante dessas considerações, invoco aqui a imagem da máscara do silenciamento, usada como símbolo das práticas coloniais de opressão e exclusão da população negra no Brasil. Acreditamos que essa imagem exemplifique bem a relação umbilical do capitalismo com a opressão de grupos específicos, como os negros, e com discursos (re) construídos por séculos e que precisam ser ruídos, como o racismo.

No entanto, enquanto a mídia hegemônica se esforça em cristalizar narrativas e vozes autorizadas, as mídias alternativas permitem a reabertura de uma disputa desses lugares de fala. É possível ter alguma noção das omissões históricas das produções da mídia hegemônica em relação à questão racial, quando nos deparamos com as novas narrativas produzidas pelas redes, que trazem vozes suprimidas, ângulos não explorados e pautas silenciadas.

Os movimentos de midiativismo negro digital operam com pautas que foram abandonadas pela mídia hegemônica, desqualificadas e negadas, produzindo enunciados em uma oposição dialógica à essa falta. A partir das “notícias-respostas” que analisamos, vimos como as redes de midiativismo negro digital têm a potência de provocar fissuras e tensionamentos ao poder irrestrito que a mídia hegemônica possui de orquestrar quem fala e quem fica calado.

Nas marcas linguísticas extraídas das notícias, vimos também a tentativa de desqualificação das trocas comunicacionais advindas do ambiente digital, reduzindo-as a “polêmicas da internet”. Porém, o que se revelou nos eventos analisados é que as redes de midiativismo negro tornaram-se lugares onde se pode aprofundar, resgatar e explicar com liberdade conceitos e argumentos interditados. Vimos nos assuntos

alçados pelos movimentos de midiativismo negro a tentativa de promoção de debates aprofundados sobre racismo, representatividade, movimento negro e genocídio negro, contextualizando e denunciando visões cristalizadas e proporcionando novas leituras e narrativas.

Entretanto, ainda que tenha sido possível avançar algumas etapas na luta antirracista no Brasil, essa de cujo Programa de Pós-Graduação em Relações Étnico-Raciais do Cefet/RJ é fruto, surgem ainda falas e ações que nos mostram que ainda existe um longo caminho a ser percorrido. Numa sociedade em que privilégio social representa privilégio de voz, de ser ouvido, de poder falar, buscamos reforçar neste trabalho como o campo da comunicação é fundamental para a luta pela superação do racismo no Brasil, sobretudo através de movimentos independentes de mídia. Elevando a importância da comunicação como campo estratégico, reconhecidamente perseguido no momento político atual, sabemos que estamos diante de um poder que ultrapassa a instrumentalidade, adquirindo importância ímpar na formação e na prática dos movimentos sociais. Torna-se, assim, imprescindível defender nessas considerações finais a existência de linhas de pesquisa que incluam análises de mídia como uma das principais instâncias de mediação das relações étnico-raciais no Brasil, visando ampliar reflexões acerca dos construtos sobre raça e racismo em textos da mídia hegemônica e das novas mídias digitais.

Para finalizar minhas considerações, assevero que trabalhar sob a perspectiva da linguagem-intervenção (Rocha, 2006) e de uma concepção de discurso alinhada à uma visão da linguagem como forma de ação sobre o mundo, permitiu-nos compreender como palavras e enunciados podem funcionar como formas de enfrentamento contra relações de dominação, de opressão e hierarquização, superando um suposto papel passivo da linguagem como mera representação do mundo.

Nesse mesmo sentido, no entanto, reforço que, embora a linguagem seja encarada como forma de atuação sobre o mundo, não deve ser a única. Em nossa visão, a superação dos discursos e verdades sobre o racismo só é possível considerando os meios materiais, sendo o tensionamento no campo da linguagem a partir da construção de contra-discursos, artifício fundamental, mas não a solução em si. Ambos podem ser considerados o meio do caminho numa disputa muito maior do que a discursiva, que necessita da ação direta, fora do ambiente online, para modificar, de fato, o sistema de opressão racial que vivemos atualmente.

Dessa forma, entendemos que pensar a partir das perspectivas dos sujeitos subalternizados e construir novas narrativas são fundamentais, não somente com fins de denúncia, mas sim de suscitar a desnaturalização de desigualdades e processos de exclusão baseados no racismo, revolucionando as esferas de produção, circulação e recepção dos discursos sobre raça no Brasil e provocando, assim, uma insurgência política propositiva para a população negra, a partir da construção de outras formas de pensar e de produzir o mundo.

Referências

‘ACHARAM que ela era bandida', disse filha de arrastada por PMs no Rio. **G1**. 18 mar. 2014. Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2014/03/acharam-que-ela-era-bandida-disse-filha-de-arrastada-por-pms-no-rio.html> Acesso em: 18 dez. 2018

ALMEIDA, Tiago; PAIVA, Cláudio. **Midiativismo, redes e espaço público autônomo: as novas mídias na redefinição das relações de poder.** In: Emília Barreto; Virgínia Sá Barreto; Claudio Cardoso de Paiva; Sandra Moura; Thiago Soares. (Org.). Mídia, Tecnologia e Linguagem Jornalística. João Pessoa: Editora do CCTA, 2014, v. 1, p. 44-58. Disponível em: <https://issuu.com/filipealmeida7/docs/midia__tecnologia_e_linguagem_jorna> Acesso em: 20 mar. 2019

ARBEX Jr, José. **O jornalismo canalha: a promíscua relação entre a mídia e o poder**. São Paulo: Editora Casa Amarela, 2003.

ARRASTADA por carro da PM do Rio foi morta por tiro, diz atestado de óbito. **G1**. 18 mar. 2014. Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2014/03/arrastada-por-carro-da-pm-do-rio-foi-morta-por-tiro-diz-atestado.html> Acesso em: 18 dez. 2018

BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal.** São Paulo: Martins Fontes, 2000.

BALLESTRIN, Luciana. **América Latina e o giro decolonial**. Revista Brasileira de Ciência Política (Impresso), v. 2, p. 89-117, 2013.

BARROS, Leonardo. **PM determina a prisão de três policiais que socorreram vítima de tiroteio no Morro da Congonha.** 17 mar. 2014. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/pm-determina-prisao-de-tres-policiais-que-socorreram-vitima-de-tiroteio-no-morro-da-congonha-11896362> Acesso em: 18 dez. 2018

BENITES, Sônia Aparecida. **Contando e fazendo a história: a citação no discurso jornalístico**. São Paulo: Arte & Ciência; Assis: Proleitura, 2002.

BERNARDINO-COSTA, Joaze; GROSFOQUEL, Ramón. **Decolonialidade e Perspectiva negr**a. Revista Sociedade e Estado - vol. 31, número 1, janeiro / abril 2016.

BRAIGHI, Antônio Augusto; CÂMARA, Marco Túlio. **O que é Midiativismo? Uma proposta conceitual**. In: BRAIGHI, Antônio Augusto; LESSA, Cláudio; CÂMARA, Marco Túlio (orgs.). Interfaces do Midiativismo: do conceito à prática. CEFET-MG: Belo Horizonte, 2018. P. 25-42. Disponível em: <https://interfacesdomidiativismo.files.wordpress.com/2018/06/artigo-1.pdf> Acesso em: 21 jan. 2019.

CABRAL recebe família de mulher arrastada por viatura. **UOL Notícias**. 19 mar. 2014. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2014/03/19/cabral-recebe-familia-de-mulher-arrastada-por-viatura.htm> Acesso em: 18 dez. 2018

CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignação e Esperança**: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2017.

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2016.

CLIPE de Mallu Magalhães é associado ao racismo por internautas, entenda. **Jornal Extra**. 23 maio 2017. Disponível em: <https://extra.globo.com/tv-e-lazer/clipe-de-mallu-magalhaes-associado-ao-racismo-por-internautas-entenda-21380798.html> Acesso em: 15 fev. 2018

COGO, Denise; e MACHADO, Sátira. **Redes de negritude: usos das tecnologias e cidadania comunicativa de afro-brasileiros**. In: XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Caxias do Sul, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-1650-1.pdf.> Acesso em: 30 ago. 2018

CORRÊA, Jéssica. **Depois de polêmica na internet, marca de papel higiênico preto muda campanha.** Estadão, São Paulo, 24 out. 2017. Disponível em: <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,depois-de-polemica-na-internet-marca-de-papel-higienico-muda-campanha,70002058853> Acesso em: 24 fev. 2019.

DEFENSORIA PÚBLICA DA UNIÃO; DEFENSORIA PÚBLICA DO ESTADO DO RJ. **Relatório do Circuito Favelas por Direitos**. 2018. Disponível em: http://sistemas.rj.def.br/publico/sarova.ashx/Portal/sarova/imagem-dpge/public/arquivos/Relato%CC%81rio_Final_Circuito_de_Favelas_por_Direitos_v9.pdf> Acesso em: 24 mar. 2019

"DICAS" de segurança para negros revelam população vulnerável sob a mira de agentes. **Estado de Minas**. 19 fev. 2018. Disponível em: <https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2018/02/19/interna_politica,938581/dicas-de-seguranca-para-negros-revelam-populacao-vulneravel-sob-a-mi.shtml> Acesso em: 19 jan. 2019

DILMA se solidariza com a família de mulher arrastada por PMs. **Gazeta do Povo**. 18 mar. 2014. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/dilma-se-solidariza-com-a-familia-de-mulher-arrastada-por-pms-1xkl1t2f2i9csfoq21sd6w3f2/**>** Acesso em: 18 dez. 2018

'ESTAVA com a perna em carne viva', diz amigo de mulher arrastada no Rio. **G1**. 17 mar. 2014. Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2014/03/estava-com-perna-em-carne-viva-diz-amigo-de-mulher-arrastada-no-rio.html> Acesso em: 18 dez. 2018

FILHO, KK Santos. **Black is Beautiful: é bom, é barato e é para poucos**. Geledés - Instituto da Mulher Negra. 25 out. 2017. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/black-is-beautiful-e-bom-e-barato-e-e-para-poucos/> Acesso em: 10 nov. 2018.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Manual da Redação da Folha de São Paulo**. São Paulo: Folha de S. Paulo, 2001.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. Rio de Janeiro: Graal, 2011.

FOUCAULT, Michel. **Em defesa da sociedade**. São Paulo: Martins Torres, 2005.

GOMES, Nilma Lino. **Movimento negro e educação: ressignificando e politizando a raça.** *Educ. Soc.* [online]. 2012, vol.33, n.120, pp.727-744. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/es/v33n120/05.pdf> Acesso em: 18 nov. 2017

_____. **O movimento negro educador**: saberes construídos nas lutas por emancipação. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.

GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do cárcere** - Os Intelectuais. O Princípio Educativo. Jornalismo. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000a. 334 p. v. 2.

_____. **Escritos políticos**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004b. v. 2 (1921-1926).

HALL, Stuart. **Da diáspora: Identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2003

HALL, Stuart. **The determination of news photographs**. In: COHEN, Stanley e YOUNG, Jock (Orgs.). The manufacture of news: social problems, deviance and the mass media. Bevery Hills: Sage, 1981.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD**. Rio de Janeiro: IBGE, 2016.

INTERVENÇÃO no Rio: Como sobreviver a uma abordagem indevida (feat. AD Junior e Edu Carvalho). Spartakus Santiago. **YouTube**. 17 fev. 2018. 3 min e 26 s Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=eBdSBmTFR5g&list=PLOIXa_v0sCYqgZZLviaEY4MRH2VOi6SQM> Acesso em: 19 jan. 2019

KILOMBA, Grada. **A máscara**. Trad. Jessica Oliveira de Jesus. In. Cadernos de Literatura em Tradução, n. 16, p. 171-180, 2016.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro, Record, 2001.

LAGE, Nilson. **Estrutura da Notícia.** São Paulo, Ática, 1987.

LAZARSFELD, Paul F.; MERTON, Robert K; **Comunicação de massa, gosto popular e a organização da ação social**. in: Lima, Luiz C(org); Teoria da cultura de massa. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

LEMOS, André. **Cibercultura. Alguns Pontos para compreender a nossa época**. In: Lemos, A.; Cunha, P.(orgs). Olhares sobre a Cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2003; pp. 11-23.

MACHADO, Marlucha. **Mulher arrastada temia que filhos fossem confundidos com traficantes**. G1. 17 mar. 2014. Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-

janeiro/noticia/2014/03/filho-de-mulher-arrastada-no-rio-diz-que-mae-tinha-medo-de-bala-perdida.html> Acesso em: 18 dez. 2018

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de Textos de Comunicação**. São Paulo: Cortez, 2002.

_____. **Gênese dos discursos**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

_____. **Novas tendências em Análise do Discurso**. Campinas, SP: Pontes, 1989.

MALLU Magalhães pede desculpas por clipe acusado de racismo. **O Globo**. 24 maio 2017. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/musica/mallu-magalhaes-pede-desculpas-por-clipe-acusado-de-racismo-21388053> Acesso em: 24 fev. 2018.

MARINA Ruy Barbosa pede desculpas por participar de campanha considerada racista. **O Estado de S. Paulo**. 25 out. 2017 Disponível em: <https://emais.estadao.com.br/noticias/gente,marina-ruy-barbosa-pede-desculpas-por-participar-de-campanha-considerada-racista,70002059552> Acesso em: 24 fev. 2019.

MARINA Ruy Barbosa se desculpa por polêmica de papel higiênico preto. **O Globo**. 25 out. 2017. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/sociedade/marina-ruy-barbosa-se-desculpa-por-polemica-de-papel-higienico-preto-21989493> Acesso em: 24 fev. 2019.

MBEMBE, Achile. **Necropolítica**. Artes e Ensaios: Rio de Janeiro, n. 32, 2016, p. 123-151.

_____. **Políticas da Inimizade**. Lisboa: Antígona, 2017.

McCOMBS e SHAW. **A Função do Agendamento dos Media**. In: TRAQUINA, Nelson. O Poder do Jornalismo: Análise e Textos da Teoria do Agendamento. Coimbra, Minerva, 2000.

MEIKLE, Graham. (2002) **Future Active: Media Activism and the Internet.** London: Routledge.

MICHAELIS. 2019. **Editora Melhoramentos**. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/> Acesso em: 18 fev. 2019

MORADORES fecham via após enterro de arrastada por carro da PM no Rio. **G1**. 17 mar. 2014. Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/transito/noticia/2014/03/manifestacao-interdita-trecho-da-avenida-ministro-edgard-romero.html> Acesso em: 18 dez. 2018

MORAES, Dênis. **Comunicação, Hegemonia E Contra-hegemonia**: A Contribuição Teórica De Gramsci. Dossiê Comunicação e Política. In: REVISTA DEBATES, Porto Alegre, v.4, n.1, p. 54-77, jan.-jun. 2010.

MULHER arrastada por carro da PM foi morta por tiro, aponta laudo. **Folha de São Paulo**. 18 mar. 2014. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2014/03/1427471-mulher-arrastada-por-carro-da-pm-foi-morta-por-tiro-aponta-laudo.shtml> Acesso em: 18 dez. 2018

MUNANGA, Kabengele. **Negritude. Usos e sentidos**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.

O RIO tem solução. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 25 fev. 2018. Capa, Caderno 1, p.1.

POR QUE a campanha do papel higiênico preto pode ser considerada racista. **Estadão**. São Paulo, 24 out. 2017. Disponível em: <https://emais.estadao.com.br/noticias/moda-e-beleza,porque-a-campanha-do-papel-higienico-preto-pode-ser-considerada-racista,70002058673> Acesso em: 24 fev. 2019

RECUERO, Raquel. **Deu no Twitter, alguém confirma?**: Funções do Jornalismo na Era das Redes Sociais. In: Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, n. 9, 2011, Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Sbpjor, 2011. p. 1 - 19. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/arquivos/sbpjorrecuero.pdf> Acesso em: 05 jan. 2019

RESENDE, Sarah Mota. **Campanha de papel higiênico preto revolta internautas por usar slogan de movimento negro**. Folha de São Paulo, São Paulo, 23 out. 2017. Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/voceviu/2017/10/campanha-de-papel-higienico-preto-e-acusada-de-racismo-e-revolta-internautas.shtml>Acesso em: 15 jan. 2019.

RIBEIRO, Djamila. **O que é lugar de fala?** Belo Horizonte: Letramento: Justificando, 2017.

ROCHA, Décio. **Representação e intervenção: produção de subjetividade na linguagem.** Gragoatá. Niterói: Ed. UFF, v. 21, p. 355-372, 2006.

_____, Décio. **Representar e intervir: linguagem, prática discursiva e performatividade.** Linguagem em (Dis)curso – LemD, Tubarão, SC, v. 14, n. 3, p. 619-632, set./dez. 2014.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **A gênese do campo dos media**. In: SANTANA, R. N. Monteiro (Org.) Reflexões sobre o mundo contemporâneo. Rio de Janeiro: Revan, 2000. p. 201-210.

RODRIGUES, Isabel; ROCHA, Décio. **Implicações de uma perspectiva discursiva para a construção de uma metodologia de análise das práticas linguageiras**. Gragoatá, Niterói, n. 29, 2010.

ROUVENAT, Fernanda. **Vídeo com dicas de como sobreviver a abordagem indevida de policiais e militares viraliza na internet.** Portal G1. 19 fev. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/video-com-dicas-de-como-sobreviver-a-abordagem-indevida-de-policiais-e-militares-viraliza-na-internet.ghtml> Acesso em: 19 jan. 2019

SANT'ANNA, Vera Lúcia Albuquerque. **Discurso relatado como estratégia organizadora da notícia**. Revista The Especialist. Vol 24, nº especial (p. 167-184), 2003. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/esp/article/view/9492> Acesso em 20 nov. 2018

SCHWARCZ, Lilia Moritz. **Nem preto nem branco**, muito pelo contrário. Cor e raça na sociedade brasileira. São Paulo, Claro Enigma, 2012.

_____. **Retrato em branco e negro – Jornais, escravos e cidadãos em São Paulo do século XIX**. 1ª reimpressão. São Paulo: Cia das Letras, 1987.

SERRA, Paola. Família de mulher arrastada por viatura entra com novo pedido de indenização. **Jornal Extra**. 14 jan. 2015 Disponível em: <https://extra.globo.com/casos-de-policia/familia-de-mulher-arrastada-por-viatura-entra-com-novo-pedido-de-indenizacao-15052459.html> Acesso em: 18 dez. 2018

SILVA, Luiz Martins da. **Sociedade, Esfera Pública e Agendamento**. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (Orgs.). Metodologias de Pesquisa em Jornalismo. Petrópolis: Vozes, 2007. Capítulo 4, pp. 84 a 104.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo. A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional.** Florianópolis: Insular, V. II, 2013

VÍDEO com ativistas negros sobre intervenção viraliza. Estúdio i. Globo News. **Portal G1**. 19 fev 2018. 8 min 21 s. Disponível em: <http://g1.globo.com/globo-news/estudio-i/videos/v/video-com-ativistas-negros-sobre-intervencao-viraliza/6514867/ > Acesso em: 19 jan. 2019

WAISELFISZ, Julio Jacobo. **Mapa da violência 2016**: homicídios por armas de fogo no Brasil.Rio de Janeiro, FLACSO/CEBELA, 2016

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 5ª edição, Lisboa, Editorial Presença, 1999

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação de massa**. São Paulo: Martins Fontes: 2003.

ZUAZO, Pedro. **Metrô do Rio vai retirar propaganda de estação após acusações de racismo**. O Globo. 18 set. 2017. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/metro-do-rio-vai-retirar-propaganda-de-estacao-apos-acusacoes-de-racismo-21838603> Acesso em: 19 mar. 2018

Anexos

ANEXO A – Notícia: Clipe de Mallu Magalhães é associado ao racismo por internautas; entenda (Jornal Extra - 23/05/17)

O novo clipe de Mallu Magalhães, “Você não presta”, levantou críticas na web de que estaria reforçando ideias racistas. O vídeo, lançado na última sexta-feira, foi criticado por blogueiros, ativistas e internautas em conteúdos na internet e na rede social da cantora. Os comentários apontam objetificação cultural, hipersexualização do corpo, e mais.



Nas imagens, bailarinos negros dançam com o corpo com óleo, o que foi apontado por ativistas como uma atitude de hipersexualização do corpo e que remete a práticas usadas na época da escravidão, quando os escravos eram besuntados em banha para parecerem mais saudáveis e terem as mazelas físicas escondidas.



Comentários nas redes sociais de Mallu Magalhães

Outra imagem que chamou atenção na web foi a que os bailarinos, sem Mallu, aparecem atrás de uma grade de ferro, no verso da música em que ela canta “eu convido todo mundo para a minha festa, mas não convido você porque você não presta”.

O distanciamento da cantora também chamou a atenção dos internautas. Os manifestantes apontam que a cantora não se coloca como integrante do grupo nas imagens. Em outro trecho, a mulher de Marcelo Camelo usa uma camisa com a frase “Oscar 2002”, único ano em que dois negros (Denzel Washington e Halle Berry) ganharam o troféu de melhores atores da academia de cinema americana.



Ainda tentando entender o que Mallu Magalhães tentou passar com esse clipe além da CENTRALIZAÇÃO do branco em tudo no mundo — clara (@claraporquesim) May 23, 2017

No Instagram de Mallu Magalhães, fãs da cantora a defenderam: "Mallu, fiquei chocada com as problematizações absurdas diante do seu clipe. Eu como negra não vi problema algum, a gente deve expor, sim, verdadeiros problemas, não coisas bestas como foram retratadas em matérias de alguns sites Beijão e muita luz pra tu!", "Olha, eu gostei muito do clipe, da coreografia, do cenário urbano e da música. Vejo muito racismo por aí, mas não vi no seu clipe".

Alguns youtubers, como Rosa Luz, que comanda o Barraco da Rosa, alegam que Mallu estaria tentando embarcar no crescimento das pautas raciais na mídia: “Este clipe é a prova viva de como a indústria musical se apropria de figuras marginalizadas, como o negro, apenas como objetos e plano de fundo para artistas que não vivenciam a negritude diariamente. Infelizmente, esse clipe reproduz pensamentos racistas que estão presentes na nossa sociedade desde a época da colonização”.

ANEXO B – Notícia: Campanha de papel higiênico preto revolta internautas por usar slogan de movimento negro (Folha de São Paulo - 23/10/17)



Campanha publicitária da Personal é atacada por internautas por usar slogan de movimento negro

SARAH MOTA RESENDE
DE SÃO PAULO

Após divulgar um novo produto do seu catálogo, um papel higiênico de cor preta, a marca Personal, pertencente a Santher - Fábrica de Papel Santa Therezinha S/A, está sendo acusada de racismo por usar como slogan o nome de um movimento negro, o "Black Is Beautiful".

A campanha da Personal, que usa a hashtag #BlackIsBeautiful, foi criada pela agência Neogama e começou a ser divulgada nesta segunda (23).

A atriz Marina Ruy Barbosa é a estrela da campanha cujas imagens foram feitas pelo fotógrafo Bob Wolfenson. A artista usou o Instagram para divulgar o produto, mas sem usar a hashtag alvo de polêmica. Na manhã desta terça (24), a publicação apareceu bloqueada para comentários.

Em comunicado enviado a jornalistas, a Personal afirma que "a cor sempre foi considerada ícone de estilo e refinamento nos universos de luxo e da moda" e que a "campanha reflete essa integração entre a cor e a sofisticação".



A atriz Marina Ruy Barbosa é a estrela da campanha de papel higiênico

Criado na década de 1960 por artistas e intelectuais, o "Black Is Beautiful" surgiu nos EUA para enaltecer características físicas de negros. "Pessoas morreram para que essa expressão fosse reverenciada até hoje. Pessoas continuam morrendo e essa expressão é mais importante e vital que nunca", disse o escritor Anderson França, contrário a campanha, em publicação feita na rede social Facebook.

Pelo Twitter, internautas também criticaram a ideia. "No close errado de hoje, marca famosa usa o nome de movimento contra o racismo para promover uma marca de papel higiênico", disse um usuário do microblog."Usar #Blackisbeautiful como slogan pra vender papel higiênico, caras. Como é possível isso? Que coisa horrorosa", disse outro internauta.

OUTRO LADO

Em nota enviada ao "F5" nesta terça (24), a Neogama e a Santher afirmam que retiraram o slogan da campanha e pendem desculpas "por eventual associação da frase adotada ao movimento negro, tão respeitado e admirado por nós."

Ainda de acordo com o comunicado, as empresas dizem que "nenhum outro significado foi pretendido", que refutam "toda e qualquer insinuação ou acusação de preconceito" e que lamentam "outro entendimento que não seja o explicitado na peça".

ANEXO C – Notícia: Marina Ruy Barbosa pede desculpas por participar de campanha considerada racista (Estadão - 25/10/17)

'Tenho certeza de que essa nunca tenha sido a intenção da marca', lamentou a atriz



A atriz Marina Ruy Barbosa pediu desculpas por participar de campanha publicitária considerada racista Foto: Bob Wolfeson/Personal/Divulgação

A atriz Marina Ruy Barbosa usou o Instagram para pedir desculpas por ter participado de uma campanha publicitária considerada racista. A marca Personal, da Santher, anunciou na última segunda-feira, 23, o lançamento do primeiro papel higiênico preto do Brasil e contratou a atriz como garota-propaganda.

“Lamento profundamente que algumas pessoas tenham interpretado o trabalho publicitário da Santher de forma diferente do que foi idealizado”, escreveu Marina no Instagram. “Tenho certeza de que essa nunca tenha sido a intenção da marca e das pessoas que criaram esta ação, a de seguir por este caminho polêmico ou desrespeitar qualquer tipo de pessoa”, continuou.

“Independente de tudo isso, eu lamento muito, de verdade, e peço desculpas às pessoas que se sentiram afetadas. Estou bem triste por tudo isso e espero que entendam que jamais foi feito com a intenção de ofender! Com amor, Marina”, finalizou a atriz.

Polêmica. Como slogan da campanha foi utilizada a frase Black Is Beautiful(preto é lindo, em português), que foi considerada racista por tirar de contexto a expressão criada como símbolo da resistência negra norte-americana nos anos 1960. Tanto a Santher quanto a agência Neogama, que produziu a campanha, pediram desculpas pelo incidente e não vão mais usar o slogan na promoção do novo produto.

ANEXO D – Notícia: Depois de polêmica na internet, marca de papel higiênico muda campanha (Estadão - 24/10/17)

O uso da frase #BlackisBeautiful, símbolo do movimento negro de 60, associou a propaganda ao racismo

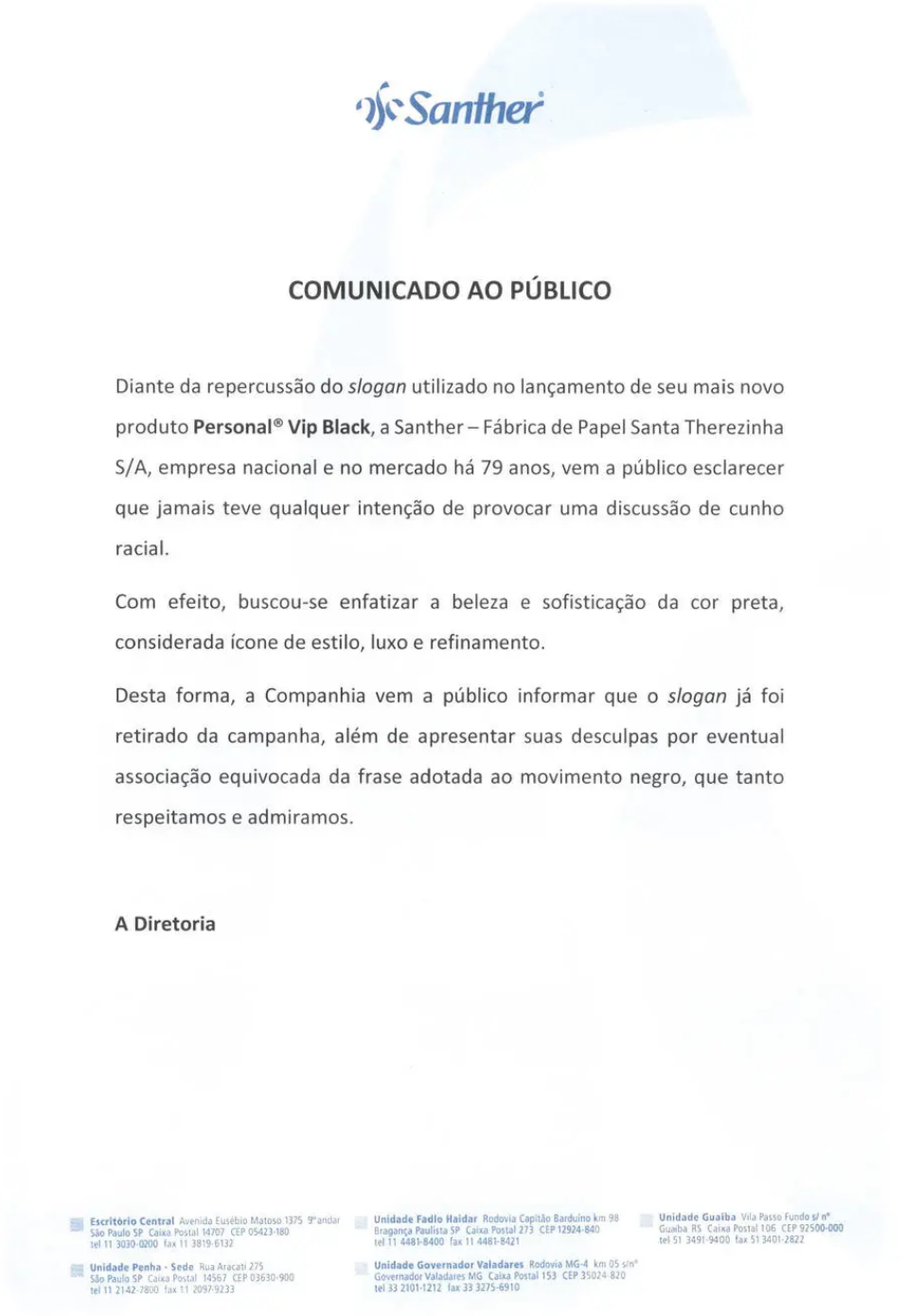
Jéssica Díez Corrêa, Especial para O Estado



Marca é acusada de racismo ao ter frase de movimento negro como slogan de papel higiênico preto. Foto: Divulgação

Depois de ser acusada de racismo, a marca Personal, da Santher, publicou comunicado oficial informando a troca no slogan da campanha do primeiro papel higiênico preto a ser comercializado no Brasil. A frase #BlackisBeautiful (em tradução livre, preto é bonito), usada em propaganda divulgada nesta segunda-feira, também é símbolo do movimento negro criado por artistas e intelectuais dos Estados Unidos nos anos 1960, e a associação gerou críticas nas redes sociais.

Em retratação publicada no site da Santher, a empresa afirma que "jamais teve qualquer intenção de provocar uma discussão de cunho racial". A companhia ressaltou que a ideia da campanha era apenas enfatizar a beleza e o estilo sofisticado e luxuoso que a cor preta representa. Na nota, a Santher se desculpou aos que se ofenderam com o slogan. "Desta forma, a Companhia vem a público informar que o slogan já foi retirado da campanha, além de apresentar suas desculpas por eventual associação equivocada da frase adotada ao movimento negro, que tanto respeitamos e admiramos".



Santher

COMUNICADO AO PÚBLICO

Diante da repercussão do *slogan* utilizado no lançamento de seu mais novo produto **Personal® Vip Black**, a Santher – Fábrica de Papel Santa Therezinha S/A, empresa nacional e no mercado há 79 anos, vem a público esclarecer que jamais teve qualquer intenção de provocar uma discussão de cunho racial.

Com efeito, buscou-se enfatizar a beleza e sofisticação da cor preta, considerada ícone de estilo, luxo e refinamento.

Desta forma, a Companhia vem a público informar que o *slogan* já foi retirado da campanha, além de apresentar suas desculpas por eventual associação equivocada da frase adotada ao movimento negro, que tanto respeitamos e admiramos.

A Diretoria

Escritório Central Avenida Eusébio Matoso 1375 9°andar São Paulo SP Caixa Postal 14707 CEP 05423-180 tel 11 3030-0200 fax 11 3819-6132

Unidade Fadlo Haidar Rodovia Capitão Barduíno km 98 Bragança Paulista SP Caixa Postal 273 CEP 12924-840 tel 11 4481-8400 fax 11 4481-8421

Unidade Guaíba Vila Passo Fundo s/ n° Guaíba RS Caixa Postal 106 CEP 92500-000 tel 51 3491-9400 fax 51 3401-2822

Unidade Penha - Sede Rua Aracati 275 São Paulo SP Caixa Postal 14567 CEP 03630-900 tel 11 2142-7800 fax 11 2097-9233

Unidade Governador Valadares Rodovia MG-4 km 05 s/n° Governador Valadares MG Caixa Postal 153 CEP 35024-820 tel 33 2101-1212 fax 33 3275-6910

Comunicado oficial Santher sobre o papel higiênico preto. Foto: Reprodução

Nas redes sociais, diversas pessoas se mostraram contrárias à propaganda. “#BlackisBeautiful é sobre autoestima e afirmação da beleza negra. Aí você associa a um papel higiênico. Sério?”, comentou a usuária Marielle Franco no Twitter. O perfil de Márcia Magalhães completou. “É inacreditável que os caras usem #BlackIsBeautiful em uma campanha de papel higiênico preto. Estudaram para isso ainda!”.

ANEXO E - Notícia: Por que a campanha do papel higiênico preto pode ser considerada racista (Estadão - 24/10/2017)

Slogan do produto, 'Black Is Beautiful', é o nome de um movimento de resistência afro-americano



Marina Ruy Barbosa é a estrela da campanha, clicada por Bob Wolfenson Foto: Bob Wolfeson/Personal/Divulgação

A Personal anunciou na segunda, 23, o mais novo lançamento da sua linha: o primeiro papel higiênico preto do Brasil. Para a campanha da novidade, a marca trouxe fotos da atriz Marina Ruy Barbosa, clicada pelo renomado fotografo de moda Bob Wolfenson, enrolada no produto sob o slogan *Black Is Beautiful* (preto é lindo, em português).

"O preto é lindo. A cor sempre foi considerada ícone de estilo e refinamento nos universos de luxo e da moda. Agora, Personal Vip Black traz este conceito também para a decoração e nossa campanha reflete essa integração entre a cor e a sofisticação", conta Lucia Rezende, chefe de marketing da marca.

Porém, internautas estão apontando uma problemática na frase que dá o tema da campanha. Ela é o nome de um movimento surgido nos Estados Unidos nos anos 1960, criado por artistas e intelectuais, para aumentar a autoestima dos negros. Angela Davis, Martin Luther King JR. e Nina Simone foram alguns de seus integrantes.

Na página do produto no Facebook, que foi fechada para comentários e avaliações, internautas estão criticando a campanha, postando emojis de vomito e

explicando o por que a frase não pode ser usada neste contexto. Todos os posts com o antigo slogan foram removidos.



A Santher, empresa detentora da Personal, e a agência Neogama, responsável pela campanha, anunciaram que não irão mais usar o slogan:

"A mensagem criativa da campanha para o produto Personal Vip Black foi selecionada com o objetivo de destacar um produto que segue tendência de design já existente no exterior e trazida pela Santher para o Brasil. Nenhum outro significado, que não seja esse, foi pretendido.

Refutamos toda e qualquer insinuação ou acusação de preconceito neste caso e lamentamos outro entendimento que não seja o explicitado na peça.

Desta forma, Santher e Neogama vem a público informar que tal assinatura foi retirada de toda comunicação da campanha e apresentar suas desculpas por eventual associação da frase adotada ao movimento negro, tão respeitado e admirado por nós."

Em seu Facebook, o escritor Anderson França, que possui mais de 100 mil seguidores, explicou por que a campanha é racista e preconceituosa.

Veja na íntegra:

"Black is Beautiful é o nome de um movimento criado por intelectuais e artistas afro-americanos na década de 1960, que influenciou de forma definitiva o pensamento de milhões de outras pessoas pelo mundo.

Nas periferias e subúrbios, esse movimento não só é uma referência como é um estado de espírito.

Se você digitar "black is beautiful" em QUALQUER LUGAR DO MUNDO, você encontrará referências a Angela Davis, Malcolm X, O Partido Panteras Negras para Autodefesa, Fela Kuti, James Baldwin, Nina Simone, mas não no Brasil.

No mundo todo, teses, dissertações, filmes, peças de teatro, exposições artísticas, fotográficas, música, discurso político, várias manifestações seríssimas giram em torno desta mesmíssima expressão: Black. Is. Beautiful.

Essa expressão, quando dita e repetida pelo militante negro da década de 1960, saía de uma garganta quase sufocada pela bota de um policial branco em Montgomery. Saia pela boca que golfava sangue no chão, baleada por racistas da KKK na Carolina do Sul. Saia com esforço dos pulmões de jovens que iam aos shows de James Brown, Say it Loud, I'm Black, and I'm Proud, na noite da morte do Rev. Martin Luther King Jr.

Pessoas morreram para que essa expressão fosse reverenciada até hoje. Pessoas continuam morrendo e essa expressão é mais importante e vital que nunca antes. Mas no Brasil, se você digitar #blackisbeautiful você vai encontrar papel de bunda. Papel de c. Pra limpar o c*. Pra secar a b*ceta. Pra secar o p*u.*

Aquilo que você usa pra se limpar de excremento, e em seguida elimina, tomado de nojo e aversão. Aquilo que tem apenas uma função: limpar fezes e secar urina de suas carnes, e ir para o lixo. Se isso não é uma demonstração explícita de racismo e humilhação étnica, criminosa, eu perdi alguma aula.

Suas definições de CAGAR TUDO foram atualizadas. A Santher - Fábrica de Papel Santa Therezinha S/A, detentora da marca Personal (No facebook: https://www.facebook.com/familiapersonal/), decidiu que aqui no Brasil essa expressão deve se referir não ao histórico de lutas de lideranças pretas americanas e de outras pelo mundo, mas a Santher, numa atitude racista e irresponsável, consciente e deliberada, decidiu que essa expressão deve remeter a papel higiênico, cuja função qualquer pessoa conhece.

Esse não é senão um dos mais graves ataques racistas praticados por uma empresa brasileira. E eu pouco me importo com a opinião de consumidores ou leitores brancos racistas e safados DESTA página. A CAMPANHA, veja bem CAMPANHA, planejada, produzida, apresentada E APROVADA pela Santher fere de maneira criminosa e racista um símbolo da comunicação da militância negra mundial.

É simples.

Basta compartilhar essa hashtag com a cagada que a Personal / Santher fez, para que artistas, intelectuais e personalidades negras do mundo todo se perguntem o que está acontecendo no Brasil, e o porquê da associação desse lema com papel higiênico, e nós veremos, mais uma vez, o brasileiro passando a merda da vergonha que sempre passa.

Aliás, é isso. Que cagada, hein, Santher?

Que MERDA.

*Essa aí, não tem papel preto, nem branco, nem rosa, que limpe. Aliás, lembra do papel rosa? Aquele sim. Pros distintos da Santher, só papel de lixa, grossa, de parede. No meio da cara do diretor que aprovou essa p*rra."*

ANEXO F – Mallu Magalhães pede desculpas por clipe acusado de racismo (O Globo - 24/05/17)

Cantora disse que entende 'interpretações que derivaram' do vídeo de 'Você não presta'

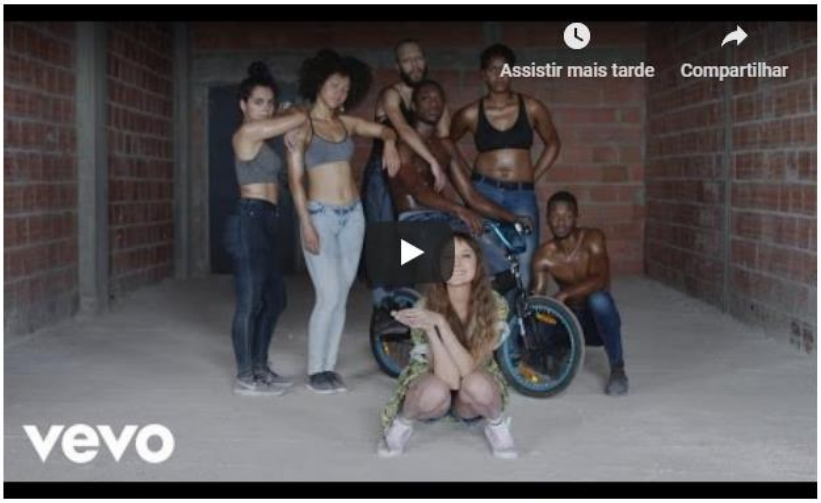


Mallu Magalhães no clipe de 'Você não presta' Foto: Reprodução

RIO – Muito criticada e acusada de reforçar ideias racistas por causa do lançamento do clipe da música “Você não presta”, Mallu Magalhães veio a público nesta quarta-feira para pedir desculpas aos fãs. Segundo comunicado postado em suas redes sociais, a cantora explica que “a ideia era ter um clipe com excelentes dançarinos que despertassem nas pessoas a vontade de dançar, de se expressar”, mas que entende as “interpretações que derivaram do clipe”.

“A arte é um território muito aberto e passível de diferentes interpretações e, por mais que tentemos expressar com precisão uma ideia, acontece de alguns significados, às vezes, fugirem do nosso controle. Sei que o racismo ainda é, infelizmente, um problema estrutural e muito presente. Eu também o vejo, o rejeito e o combato. Li cada uma das críticas, dos posts e comentários, e o debate me fez refletir muito sobre o tema. Entendo as interpretações que derivaram do clipe, mas gostaria de deixar claro minhas reais intenções”, diz um trecho do comunicado.

Nas imagens, bailarinos negros dançam com o corpo com óleo, o que foi apontado por ativistas como uma atitude de hipersexualização do corpo e que remete a práticas usadas na época da escravidão, quando os escravos eram besuntados em banha para parecerem mais saudáveis e terem as mazelas físicas escondidas.



Leia abaixo o comunicado na íntegra:

“Fico muito triste em saber que o clipe da música “Você não presta” possa ter ofendido alguém. É muito decepcionante para mim que isso tenha acontecido. Gostaria de pedir desculpas a essas pessoas. Meu trabalho e minha mensagem têm sempre finalidade e ideais construtivos, nunca, de maneira nenhuma, destrutivos ou agressivos.

A arte é um território muito aberto e passível de diferentes interpretações e, por mais que tentemos expressar com precisão uma ideia, acontece de alguns significados, às vezes, fugirem do nosso controle.

Sei que o racismo ainda é, infelizmente, um problema estrutural e muito presente. Eu também o vejo, o rejeito e o combato.

Li cada uma das críticas, dos posts e comentários, e o debate me fez refletir muito sobre o tema. Entendo as interpretações que derivaram do clipe, mas gostaria de deixar claro minhas reais intenções.

A ideia era ter um clipe com excelentes dançarinos que despertassem nas pessoas a vontade de dançar, de se expressar. Foram convidados pela produtora e pelo diretor os bailarinos Bruno Cadinha, Aires d´Alva, Filipa Amaro, Xenos Palma, Stella Carvalho e Manuela Cabitango. Com a última, inclusive, tive a alegria de fazer aulas para me preparar para o vídeo.

É realmente uma tristeza enorme ter decepcionado algumas pessoas, mas ao mesmo tempo agradeço a todos por terem se expressado. E reitero o meu pedido de desculpa. É uma oportunidade de aprender.

Espero que, após este esclarecimento, seja aliviado deste espaço de conversa qualquer sentimento de ofensa ou injustiça, ficando os fundamentos nos quais tanto acredito: a dança, a arte e o convite à música.”

ANEXO G – Notícia: Metrô do Rio vai retirar propaganda de estação após acusações de racismo (O Globo - 18/09/17)

Anúncio mostra dois casais isolados — um formado por negros e outro por brancos — com a legenda: 'Linha 4, conectando de ponta a ponta'

Pedro Zuazo



Propaganda do Metrô provoca polêmica Foto: Pedro Zuazo / Agência O Globo

RIO - Uma peça publicitária do Metrô Rio instalada na estação Antero de Quental, no Leblon, vem gerando polêmica dentro e fora dos vagões. Criada para promover a Linha 4, que liga a Zona Norte da cidade à Barra da Tijuca, passando por bairros nobres da Zona Sul, a propaganda mostra dois casais isolados — um formado por negros, outro formado por brancos — com a legenda: “Linha 4, conectando de ponta a ponta”. Nas redes sociais, choveram críticas à publicidade que, na opinião de internautas, carrega um preconceito subliminar.

“Deixa eu ver se adivinhei: o casal de negros representa a Zona Norte, e o de brancos, a Zona Sul. Lamentável”, escreve a internauta Thalita Santos, no Facebook. Outra usuária das redes é mais incisiva: “Que vergonha. Infeliz demais essa propaganda claramente racista”, diz Débora Fonseca.

Na estação onde foi instalada, a propaganda divide opiniões. Para o arquiteto Leandro Ferreira, de 35 anos, a publicidade não propaga o racismo.

— Não consigo ver como racismo. A Linha 4 pega toda a Zona Sul, incluindo a Rocinha, que tem baixo IDH. Também pega Uruguai, que é uma área mais nobre da Zona Norte. Além disso, a imagem não indica que cada casal representa uma zona da cidade. Não consigo ver esse viés — argumenta o arquiteto.

De outra opinião partilha o técnico em impermeabilização Josias Azevedo, de 43 anos.

— Embora não seja uma mensagem explícita, realmente tem um duplo sentido. A verdade é que o preconceito racial é uma ferida na alma do brasileiro. Quando acontece uma coisa assim, mesmo sem intenção, acaba tocando novamente nessa ferida — diz ele.

Para o presidente nacional da Comissão da Verdade da Escravidão Negra do Brasil da OAB, o advogado Humberto Adami, não há dúvidas de que existe um preconceito subliminar na propaganda.

— Pode ser encarado como difusor de um racismo geográfico, ao indicar que moradores de uma região são todos negros, em especial os de baixa renda, enquanto que outros, de maior renda, são brancos. Pode não ser intencional, o que prova que o racismo está escondido no interior das cabeças, em especial os publicitários da campanha do metrô — diz o advogado.

Após a repercussão, a concessionária informou, em nota, que vai retirar a propaganda. “O MetrôRio é totalmente contrário a qualquer forma de discriminação e prima pela valorização e promoção da diversidade. Em relação à peça publicitária 'Conectando o Rio de ponta a ponta', a Concessionária lamenta e pede desculpas por ter gerado uma interpretação oposta às convicções da empresa e informa que vai retirá-la da estação, em respeito às pessoas que se sentiram ofendidas. O MetrôRio está sempre aberto às opiniões e às críticas da população, buscando assim a evolução e melhoria de seus serviços e práticas".

ANEXO H – Transcrição do vídeo “Intervenção no Rio: Como sobreviver a uma abordagem indevida (feat. AD Junior e Edu Carvalho)” - Youtube

Tempo de vídeo: 03:26

Publicado em: 17/02/2018

Ad Junior: Esse vídeo fala sobre abordagens de agentes de segurança do nosso país que abusam do poder durante o momento da abordagem

Edu Carvalho: E a gente ta aqui fazendo esse vídeo para dar algumas dicas porque infelizmente nós negros somos sempre alvos de abusos e retaliações

Spartakus: Então se você é negro, presta atenção nisso que a gente vai falar

Edu Carvalho: Evite sair de casa em altas horas. Infelizmente à noite, a partir do olhar do outro, você é não somente negro, mas bandido e apresenta perigo.

Ad Junior: Não saia sem documentos. Priorize levar na bolsa, na carteira ou na mochila a sua carteira de identidade ou a sua carteira de trabalho.

Spartakus: Sinalize para os seus amigos onde você tá indo e se você já chegou em casa. Mande localização pelo Facebook, pelo whatsapp, porque é a forma deles saberem aonde te achar, onde te procurar.

Edu Carvalho: Não deixa de andar nunca com seu celular e que ele esteja com a bateria carregada. É com ele que você consegue fazer não somente as ligações, mas as gravações. E também consegue compartilhar com seus amigos e familiares a sua localização.

Spartakus: Se você for andar com algum instrumento caro, seja um celular, seja uma câmera…

Ad Junior: ...não se esqueça de levar o cupom fiscal. Pode ser muito útil na hora da apreensão injusta e indevida.

Edu Carvalho: Caso você seja parado e esteja num ambiente público, por favor, grave com seu celular, ele ainda é o melhor e maior registro que a gente pode fazer e da gente conseguir informações de quem te parou, como te parou e por que te parou. Segue a dica, não só minha mas do William Bonner: celular na horizontal, e não é para tampar a saída de áudio, porque a gente precisa escutar o que que o ser humano que tá te parando tá dizendo. Tente gravar o máximo de coisas, tipo data, local… e tendo vítimas, por favor, tente gravá-las também. As vítimas, as testemunhas.

Spartakus: Em lugares públicos evite o uso de furadeira e guarda-chuva longo. Parece bobagem, mas muitas pessoas olham isso de longe e acham que são armas de fogo. Prefira guarda-chuvas pequenos que possam ser dobrados e colocados numa bolsa pra evitar qualquer problema.

Edu Carvalho: Se você se sentir constrangido pela forma que foi abordado, não deixa de realizar um BO. E, olha, sem a sua permissão, ninguém pode ver seu celular. A não ser que um juiz tenha ordenado essa ação. Nesse momento, o máximo de informações é importante, para que a gente consiga fazer um ótimo relato na hora do BO. Então tente gravar o rosto, a identificação, a farda, a viatura, e não só a viatura, a placa.

Spartakus: isso é muito importante para você saber com quem você tá lidando, e denunciar essa pessoa caso ela faça algum abuso de poder.

Ad Junior: Em caso de abordagem por algum agente de segurança pública, não faça movimentos bruscos e não afronte nenhum desses agentes.

Edu Carvalho: A gente sabe que numa situação como essa você acaba sendo alvo de retaliação do militar e do policial. Então, não entra na dele…

Ad Junior: tenha sempre o telefone de um amigo ou de um advogado que possa te ajudar durante uma intervenção indevida ou até mesmo uma apreensão completamente arbitrária.

Spartakus: Procure sempre andar acompanhado. Principalmente se você for uma mulher, um homossexual, uma pessoa trans…

Ad Junior: Não acelere o carro quando for abordado pela polícia numa blitz. Pare o carro, coloque suas mãos sobre o volante e tenha sempre em mãos os documentos do mesmo.

Spartakus: Se você for pegar alguma coisa na bolsa ou no porta-luvas, você peça permissão pro policial, porque ele pode achar que você está querendo pegar alguma arma para se defender.

Ad Junior: Ah e eu já ia me esquecendo… Nunca leve pinho sol ou água sanitária dentro da sua mochila ou bolsa.

Edu Carvalho: Com ou sem intervenção, as instruções desse vídeo tem endereço certo.

Spartakus: Essas são as nossas dicas para te ajudar. Se possível, compartilha esse vídeo, marquem seus amigos, para evitar que hajam mortes nesses conflitos… Eu sou Spartakus

Edu Carvalho: Eu sou Edu Carvalho, repórter do Favela da Rocinha

Ad Junior: Meu nome é Ad Junior, obrigado por assistir a esse vídeo e até mais.

ANEXO I – Notícia: Vídeo com dicas de como sobreviver a abordagem indevida de policiais e militares viraliza na internet (G1 - 19/02/18)

Imagens foram feitas por três jovens negros do Rio de Janeiro. Tema veio à tona após decisão de intervenção federal na segurança do estado.

Por Fernanda Rouvenat, G1 Rio



Vídeo com dicas de como sobreviver abordagem indevida ganha repercussão na internet

Um vídeo dando dicas de como sobreviver a uma abordagem indevida, feito por três jovens negros e publicado na internet, ganhou repercussão neste fim de semana. O assunto veio à tona após a decisão da Presidência da República de decretar uma intervenção federal na segurança pública no estado do Rio de Janeiro.

O vídeo foi publicado no sábado (17) e, até a manhã desta segunda-feira (19), mais de 6,5 mil pessoas já haviam visualizado no Youtube. No Facebook, o alcance foi ainda maior: mais de 51.300 pessoas compartilharam a postagem e 1,7 milhão visualizou.

Por serem negros, os jovens do vídeo afirmam estar mais vulneráveis a serem abordados por agentes de segurança. Entre as dicas, eles alertam para não andar sem documento, avisar sempre aos amigos para onde está indo e estar sempre com o celular carregado para caso necessite ligar para alguém ou gravar algo que seja necessário.

“Caso você seja parado e esteja em um ambiente público, por favor, grave com o seu celular. Ele ainda é o melhor e maior registro que a gente pode fazer”, diz Edu Carvalho, repórter do site Favela da Rocinha.

Algumas recomendações parecem mais inusitadas, mas são exemplos de caso que já aconteceram no Rio de Janeiro.

“Em lugares públicos, evite o uso de furadeiras e guarda-chuva longo. Parece bobagem, mas, muitas pessoas olham isso de longe e acham que são armas de fogo. Prefira guarda-chuvas pequenos que possam ser dobrados e colocados numa bolsa para evitar qualquer problema”, explica o publicitário e youtuber Spartakus Santiago.

Em 2010, um policial do Batalhão de Operações Especiais (Bope), a tropa de elite da Polícia Militar do Rio de Janeiro, matou por engano um morador do morro do Morro do Andaraí, na Zona Norte da cidade, após confundir uma furadeira com uma arma.

No vídeo, AD Junior, do canal Descolonizando, dá outra dica: levar cupom fiscal caso a pessoa esteja com algum objeto caro. “Pode ser muito útil na hora da apreensão injusta e indevida”, diz ele. E em caso de abordagem indevida, ele completa: “Não faça movimentos bruscos e não afronte nenhum desses agentes”.

Ao G1, Spartakus disse que a ideia de fazer o vídeo não foi para crucificar os militares, mas sim para alertar as pessoas, principalmente negros e que moram em favelas.

"O vídeo não foi feito para demonizar os militares. Eu tenho minha posição contra a intervenção, mas não foi a intenção do vídeo", completou o jovem.

Sobre a repercussão na internet, Spartakus contou que as opiniões se dividem: “Para as pessoas negras, a repercussão está sendo muito boa porque são pessoas que entendem a necessidade desse vídeo. Mas tem também muitas pessoas brancas fazendo comentários indignadas. A gente está tentando lidar com isso”, explicou.



Vídeo com dicas de como sobreviver abordagem indevida ganhou repercussão na internet — Foto: Reprodução

ANEXO J – Notícia: "Dicas" de segurança para negros revelam população vulnerável sob a mira de agentes (Estado de Minas - 19/02/18)

Discriminados, abordados de forma agressiva e injustificada, vídeo demonstra como direitos fundamentais são desrespeitados no Brasil e como a cor da pele deixa população mais vulnerável à violência policial



Para a população negra, que já vive sob permanente ameaça e desconfiança policial, a intervenção militar ganha outra conotação: nesse estado de "guerra" , de novo são os negros, os mais vulneráveis e sob risco de perderem a vida. Pensando nisso, três jovens negros produziram um vídeo com "dicas" de como sobreviver a uma abordagem indevida. Postado no youtube, o material viralizou e,ganhou repercussão neste fim de semana, após a decisão da Presidência da República de decretar uma intervenção federal na segurança pública no estado do Rio de Janeiro.

Entre sábado (17) e no início da tarde desta segunda-feira, 19, 6.808 pessoas já haviam visualizado. No Facebook, o alcance foi ainda maior: mais de 51.300 pessoas compartilharam a postagem e 1,7 milhão a visualizou.

O relato dos jovens, que por serem negros têm uma vivência de abordagens abusivas por agentes de segurança, alertam para que ninguém saia sem documento, sem avisar aos amigos para onde está indo e estar sempre com o celular carregado para caso necessite ligar para alguém ou gravar algo que seja necessário. Ou seja, as "dicas" revelam uma rotina de "exceção" que está longo do direito de ir e vir e da igualdade de tratamento.

“Em lugares públicos, evite o uso de furadeiras e guarda-chuva longo. Parece bobagem, mas, muitas pessoas olham isso de longe e acham que são armas de fogo. Prefira guarda-chuvas pequenos que possam ser dobrados e colocados numa bolsa

para evitar qualquer problema”, explica o publicitário e youtuber Spartakus Santiago. Há razão para temer. Em 2010, por exemplo, um policial do Batalhão de Operações Especiais (Bope), a tropa de elite da Polícia Militar do Rio de Janeiro, matou por engano um morador do morro do Morro do Andaraí, na Zona Norte da cidade, após confundir uma furadeira com uma arma.

Sob constante suspeita dos agentes, o comunicador AD Junior, do canal Descolonizando, dá outra dica de "segurança", que jamais passaria à cabeça de um jovem branco de classe média: leve cupom fiscal caso esteja com algum objeto caro. “Pode ser muito útil na hora da apreensão injusta e indevida”, diz ele. E em caso de abordagem indevida, ele completa: “Não faça movimentos bruscos e não afronte nenhum desses agentes”.

ANEXO L – Transcrição Programa *Estúdio i* - Globo News - Vídeo com ativistas negros sobre intervenção viraliza

Tempo de vídeo: 08:21
Veiculado ao vivo em: 19/02/18

Maria Beltrão: Chama atenção que agora viralizou um vídeo, né? Em que três ativistas negros fazem recomendações assim: caso vc seja abordado, quais são as preocupações que você tem que ter?

(A apresentadora exibe trecho do vídeo transcrito abaixo)

Edu Carvalho: evite sair de casa em altas horas, infelizmente à noite, a partir do olhar do outro, você é não somente negro, mas bandido e apresenta perigo.

Ad Junior: não saia sem documentos, priorize levar na bolsa ou na mochila a sua carteira de identidade ou a sua carteira de trabalho

Spartakus: sinalize para os seus amigos aonde você está indo ou se você já chegou em casa, mande a localização pelo facebook, pelo whatsapp, é uma forma deles saberem aonde te achar, aonde te procurar.

(Fim do trecho do vídeo exibido)

Beltrão: É curioso porque semana passada mesmo eu estava conversando com a minha manicure e ela contava que numa dessas operações em comunidades o marido dela falou assim "Meu Deus, agora não basta eu só sair com carteira de identidade". Ele foi parado três vezes, teve que mostrar a carteira de identidade, que seria aceitável, três vezes, mas um dos militares resolveu implicar com ele porque ele não tinha comprovante de residência. E ele dizia "mas meu Deus, eu não sabia que eu tinha também que andar com comprovante de residência". A gente vive uma situação muitas vezes que o inocente se sente muito acuado também. A gente tem que buscar o criminoso e proteger esse inocente também.

Sandra Kogut: porque na época que a ideia era das UPPs, quando tudo era olhando para criar uma relação de confiança com as pessoas que moram nessas

comunidades, considerando que essas pessoas se tornariam parceiros, porque eles também são vítimas dessa violência, e que eles tão ali, eles podem ajudar, eles podem fornecer informação, e que essa relação de confiança ela não se cria da noite para o dia, é um processo longo, é um trabalho difícil, até por todo o histórico que está por trás, então a gente vê agora a intervenção, que ainda é tão nebulosa essa intervenção, né? E que dá tanto essa sensação de que ela foi anunciada e agora vamos ver como é que a gente faz, tá criando mais insegurança, mais incerteza do que há um tempo atrás quando a gente via que as autoridades estavam jogando a toalha, não estavam fazendo o seu trabalho, mas a gente via que era isso, agora tem uma nova situação...

Beltrão: eu sou da opinião, é assim, evidente que é uma novidade, digamos assim, mas eu sou da opinião, que a gente tem que esperar também as coisas acontecerem e também não adiantar problemas, a gente tem que esperar também ver como isso se dá…né? Até pelo ineditismo da coisa… eu não sei a opinião aqui do Xexéo… estamos acompanhando o começo de uma nova história…

Artur Xexéo: o ineditismo vai demorar muito tempo ainda, porque eu acho que nunca antes na história desse país um estado foi governado por dois governadores, nós hoje temos dois governadores, né? um que só cuida da segurança e o outro cuida do resto. O que eu também acho estranho porque tem um interventor cuidando da segurança porque o governador declarou, se mostrou incapaz de cuidar. Agora, ele se mostrou incapaz de cuidar da saúde, da educação, da cultura também… então se a história é intervir… É claro que a questão da violência, ela atinge a nossa carne, né? As crianças estão morrendo, então a gente quer uma coisa rápida… Agora, a saúde também não está curando, a educação não tá educando e a cultura não está se manifestando, então a gente tem um estado com dois governadores, mas um que... talvez seja bom, a gente ainda não sabe, vai cuidar só de uma área e o resto vai ficar destruído como tá…

Octávio Guedes: Ou seja, o que o Xexéo tá falando é o seguinte, se é para intervir… O Rio de Janeiro se esforçou para cumprir todos os requisitos para um pedido de intervenção federal, cumpriu com louvor, nota 10… E as três hipóteses que estavam sendo cogitadas há mais de um ano, primeiro era a intervenção clássica, você afasta o governador porque esse esquema de poder na verdade caiu de podre (...) e é isso que

explica não tá bom na saúde, não tá bom em área nenhuma, porque o esquema do PMDB fluminense caiu de podre; ou era uma intervenção clássica, afasta o grupo do poder e alguém assume, ou era uma intervenção na PM, do exército na PM, porque a PM é uma força auxiliar do exército, então bastaria dizer o seguinte “olha, nós vamos aqui consertar a Polícia Militar”. E uma terceira que a gente conversou aqui na sexta-feira era o Pezão aceitar uma intervenção branda, digamos assim, disfarçada, “a la” Alagoas, como ocorreu em 97 em Alagoas, em que o Pezão colocaria um general na área de segurança e não apitaria na área de segurança, mas também não seria considerada uma intervenção. Optou-se por uma quarta alternativa que não estava dentro dessas hipóteses que vinham sendo discutidas por vários grupos há mais de um ano, então a gente realmente tem que esperar pra ver o que que é isso.

Beltrão: Flavinha, chama atenção aí a questão de ter viralizado esse vídeo, muitas pessoas se identificando totalmente com essa ideia… tudo bem, é necessário, pode ser necessário, tem apoio da população… mas tem certos cuidados que vão ter que continuar aí no foco das atenções, né? O querido Edu (Carvalho), conhecido nosso, querido… Quando ele fala, não é banal, né? Você ter medo de sair com o guarda-chuva grande que podem confundir com uma arma… isso não é banal, né?

Flavia Oliveira: Sem dúvida alguma, Maria. E é importante sublinhar que, embora esse vídeo tenha surgido da motivação pós… da comoção em relação à essa zona nebulosa, que a Sandra definiu muito bem, pós-anúncio da intervenção, essa é uma realidade que afeta os jovens brasileiros, sobretudo os jovens negros. Mais da metade dos homicídios praticados no Brasil são contra a população masculina de 15 a 29 anos, 80% deles negros, de pele preta ou parda. Então, não é sem motivo que esses jovens estão se manifestando e não é sem motivo que esse vídeo viralizou… foram…

Artur Xexéo (interrompendo): Flávia, eu acho que tudo que a intervenção em geral, não essa intervenção aqui, mas quando há uma disposição dessa, como veio uma intervenção, isso sempre acontece… Você cria estereótipos e ataca estereótipos. Eu não sou cataclísmico… Quando anunciaram a intervenção, as redes sociais estão cheias de anúncios de perigo, lembrando da ditadura, e eu não tenho nenhum medo disso… Mas ao ver esse vídeo eu realmente fiquei um pouco preocupado, porque isso era um comportamento que a gente tinha… brancos… no tempo da ditadura. Talvez eu seja o único que já era quase adulto aqui na época da ditadura, eu usava cabelos

compridos e jeans rasgado então eu era confundido com terrorista. Eu e muita gente, então a gente era parado na rua. Então a gente tinha códigos assim (apontando para o telão com o vídeo), estar sempre com a identidade, que não era obrigatório usar na época, porque eu era parado diariamente à noite. Eu tava às duas da manhã, na época a gente ficava até as duas da manhã em pontos de ônibus no Rio de Janeiro, eu ficava às duas da manhã no ponto de ônibus, era parado pela polícia toda hora. Ele me revistava de cima a baixo. E aí quando eu vi esse vídeo eu achei até que ele era meio irônico, aí quando eu percebi que era sério, eu falei: mas gente isso era muito parecido com o que havia na ditadura.

Flávia Oliveira: eu acho que dá a medida da tensão, embora seja uma realidade estatística que extrapola, que é pré-intervenção.

Maria Beltrão (falando junto): intervenção... isso que eu ia dizer…

Flávia Oliveira: já são em quarenta e oito horas 1 milhão e 700 mil visualizações, então realmente foi um acontecimento, né? Do ponto de vista de rede social...

Artur Xexéo (interrompendo): Flávia…

Flavia Oliveira (elevando o tom de voz): Deixa só eu falar uma coisa aqui sobre a rodada anterior que eu acho importante. A gente tá localizando no Rio de Janeiro esse debate, mas esse debate sobre intervenção é um debate nacional e eu acho importante sublinhar isso, seja do ponto de vista político, pelo ineditismo dessa iniciativa, que de alguma maneira põe em xeque o pacto federativo, seja do ponto de vista orçamentário, porque é dinheiro do país inteiro, portanto, de todos os brasileiros, que será dragado na direção do Rio de Janeiro, que construiu as condições pra isso, mas eu acho que esse debate precisa ser nacionalizado, sabe?

Maria Beltrão: Olha, vou chamar… (vídeo é cortado, passa para próxima pauta).