

“Liberdade de Expressão”: um discurso contraditório da mídia contra a igualdade racial / *"Freedom of expression": A contradictory speech of media, against racial equity.*

Rosangela Malachias – CEERT / NEINB-USP*

Depois de um ano e meio como Hubert H. Humphrey fellow/Fulbright Program nos Estados Unidos recebi um convite¹ para ser consultora de Comunicação do Centro de Estudos das Relações do Trabalho e Desigualdades (CEERT) tendo, a princípio, duas atribuições principais. A primeira foi a leitura e análise do Relatório Final recém concluído da Pesquisa denominada “A Mídia Impressa e a Agenda da Igualdade Racial – Jornais e Revistas – 2001-2008” realizada pelo CEERT, em parceria com o Observatório Brasileiro de Mídia (OBM) e concluída em julho de 2009.

A segunda atribuição a mim conferida foi a participação efetiva no processo preparatório da 1ª Confecom – Conferência Nacional de Comunicação, o que implicou a inserção do CEERT nos foruns organizadores das conferências locais (cidade e estado de São Paulo) e a conquista, efetivada por voto, do status de entidade “delegada” na conferência nacional realizada em Brasília, DF, de 14 a 17 de dezembro de 2009.

Ambas atribuições fizeram-me retomar algumas reflexões feitas durante a minha trajetória de intelectual-ativista. Revolvi mentalmente os debates ocorridos no 1º. SIME – Seminário Internacional Mídia Etnia (2004) co-organizado por mim, na cidade de São Paulo, e que trouxe ao Brasil profissionais da mídia afroamericana para debater com docentes e público em geral, “a imagem dos negros meios de comunicação”. Naquela ocasião, a crítica à invisibilidade e à visibilidade estereotipada instigou-nos ao desenvolvimento de práticas educacionais e de advocacy, que se consolidaram tanto na *Revista Mídia Etnia: A Imagem*

* Rosangela Malachias é Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo; Co-fundadora do Mídia Etnia Educação e Comunicação Ltda e consultora do CEERT – Centro de Estudos das Relações do Trabalho e Desigualdades. E.mail: rosmalach@gmail.com

¹ Feito pessoalmente pela Dra. Maria Aparecida Silva Bento, mais conhecida como Cida Bento, diretora executiva do CEERT.

dos Negros nos Meios de Comunicação (2006), quanto na formação continuada de educadores(as) da rede pública de São Paulo para a Promoção da Igualdade nas Relações Etnicorraciais travadas no ambiente escolar.

Embora o Brasil seja signatário da Declaração Universal dos Direitos Humanos, de Convenções internacionais antidiscriminatórias e tenha em sua Constituição artigos contrários ao racismo, sexismo e a outras formas de intolerância, a sociedade brasileira vivencia tais práticas cotidianamente nos espaços institucionais da sociedade como a família, escola, trabalho, mídia. A intervenção qualificada faz-se, portanto, necessária.

A Leitura

A Pesquisa “A Mídia Impressa no Brasil e a Agenda da Promoção da Igualdade Racial – Jornais e Revistas 2001 – 2008”, constitui-se de um estudo inédito por seu amplo universo: - jornais Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, O Globo e revistas Veja, Isto É e Época. Por seu período de cobertura: oito anos contados de 1º de janeiro de 2001 a 31 de dezembro de 2008 e tema: igualdade etnicorracial no Brasil.

Foram analisadas 972 matérias dos três jornais e 121 das revistas, totalizando 1093 textos publicados no período acima mencionado e o seu Relatório Final sintetiza a imensidade percentual contrária às políticas de promoção da igualdade, embora aponte – e isso deve ser considerado – o aumento da temática na pauta jornalística, maior equilíbrio em reportagens (exceto na Revista Veja) do que em artigos opinativos e a certeza de que os temas “igualdade racial, cotas, ações afirmativas” merecem ampla discussão no cenário nacional, pois motivam dualismo, antagonismo e maniqueísmo redutores e simplificadores da realidade, que é polissêmica e dialética.

Algumas Conclusões² da Pesquisa “A Mídia Impressa no Brasil e a Agenda da Promoção da Igualdade Racial – Jornais e Revistas 2001 – 2008” realizada pelo Centro de Estudos das Relações do Trabalho e Desigualdades (CEERT) e Observatório Brasileiro de Mídia (OBM).

² Agradecemos a Alexandre Souza do OBM o acesso detalhado ao banco de dados e à diretora executiva do CEERT, Dra. Maria Aparecida Silva Bento pela leitura e destaques da síntese.

1. As reportagens são mais plurais do que os textos opinativos (editoriais, artigos e colunas);
2. Apenas 5,8% das matérias debateram dados de estudos e pesquisas, ainda que tenham sido utilizados dados e indicadores oficiais na produção de textos informativos evidenciando as desigualdades entre brancos e negros, e corroborando os argumentos daqueles que defendem a necessidade de políticas de ação afirmativa;
3. No jornal O Estado de S. Paulo, 100% dos textos opinativos que trataram da adoção de cotas nas Universidades, foram contrários as mesmas, em 56,5% dos editoriais, artigos e colunas do jornal O Globo posicionaram-se contra a política de cotas raciais.
4. 46,7% dos textos opinativos da “Folha” sobre cotas nas universidades posicionaram-se contrários à política de cotas raciais.
5. 100% das reportagens publicadas pela Revista Veja evidenciaram uma postura contrária às políticas de igualdade racial. Os textos veicularam que as cotas estimulam o racismo e promoveriam a perda de qualidade dos cursos. Houve textos que criticaram o critério da autodeclaração.
6. A parcialidade da mídia impressa já foi objeto de preocupação inclusive de seus próprios mecanismos internos de fiscalização, o que pode ser ilustrado pela manifestação do Ombudsman da “Folha” publicada em 09.07.06, destacando que o jornal não estava tratando a discussão sobre as políticas de ação afirmativa – Lei de Cotas e o Estatuto da Igualdade Racial, com isenção”;
7. A Folha de São Paulo publicou em 23/07/06 pesquisa Datafolha na qual 65% dos entrevistados afirmaram ser favoráveis à política de cotas para os afrodescendentes. Os textos opinativos (editoriais, colunas e artigos) publicados depois de 24/07/06 pelos jornais observados se mantiveram contrários à adoção do instrumento, mesmo após a pesquisa e depois dos primeiros resultados da implementação da política de cotas em algumas Universidades, quando se constatou que dois argumentos centrais do discurso anti-cotas não se confirmaram: cotas promoveriam racismo e baixariam o nível dos cursos.
8. O IBGE foi a fonte mais utilizada nos textos que apresentaram dados estatísticos sobre os negros brasileiros. Porém, apesar das estatísticas demonstrarem as desigualdades entre negros e brancos, os editoriais e artigos de fundo não se apropriaram desses dados.
9. Apenas 0,3% dos textos abordaram a Lei 10.639-2003 sobre a obrigatoriedade do Ensino da História da África e da Cultura Afrobrasileira na educação básica.

10. Os temas comunidades quilombolas e terra de quilombos foram os que mais apareceram (20,9%) depois de cotas e ações afirmativas (49,3%), ganhando visibilidade e ocupando a editoria política. Em 2001, apenas 5 matérias trataram a temática dos remanescentes de quilombos. Em 2005, 22 matérias; em 2008 foram 59. Observou-se uma tendência contrária à titulação das terras dos remanescentes, e pontualmente sua associação à "radicalização do MST", o que demonstra que a construção de sentido neste caso é única para sujeitos diferentes – quilombolas e MST;

11. Dentre os textos sobre religiões de matriz africana, foi destacado o fato de o Candomblé influenciar produções artísticas - 30,9%. Textos sobre as características do Candomblé respondem pelo segundo maior percentual de matérias 23,8%. O debate sobre intolerância e tolerância religiosa esteve em 16,7% das matérias que trataram do tema em questão. A influência do Candomblé sobre artistas foi noticiada em 14,3% dos textos.

12. A observação das revistas analisou 121 matérias publicadas pelas revistas Época, IstoÉ e Veja. O semanário do Grupo Abril foi o que mais teve textos observados relacionados à agenda da promoção da igualdade racial, 60; seguido pela revista Época da Editora Globo, 33. A revista Isto É da Editora Três teve 28 textos analisados. A agenda não é de interesse permanente dos semanários. Na média, cada veículo publicou 15 matérias por ano.

13. Todas as reportagens publicadas por Veja sobre políticas de cotas nas Universidades tiveram construções de sentido contrárias a implementação das mesmas.

*** **

A leitura da Pesquisa “A Mídia Impressa” também suscitou-me a refletir sobre outro evento relevante, ocorrido em outubro de 2007. Nesta ocasião, a Corte Interamericana da OEA - Organização dos Estados Americanos divulgou o *mérito*³ da ação movida por Simone André Diniz, vítima de racismo, contra o Estado brasileiro (1997-2007).

Em 21 de novembro de 2006, a OEA – Organização dos Estados Americanos divulgou seu Relatório (66/06) considerando o “mérito” do caso Simone André Diniz e em 3 de março de 2007, a Comissão Interamericana de Direitos Humanos (CIDH) publicou relatório condenando o

³ Organization of American States - Report N° 66/06 - Case 12.001 – Merits – Simone Andre Diniz – Brazil - October 21, 2006.

Brasil por racismo e violação dos direitos humanos da autora, assessorada pelo Instituto do Negro Padre Batista (INPB) e pelo Centro pela Justiça e pelo Direito Internacional (CEJIL).

Em março de 1997, Simone André Diniz procurava emprego nos classificados do jornal Folha de São Paulo e encontrou um anúncio de uma vaga de empregada doméstica, no qual uma das exigências era que a candidata fosse preferencialmente “branca”. Simone Diniz telefonou para saber detalhes do emprego e foi questionada, pela empregadora, sobre a sua cor. Ao responder que era negra foi recusada. Simone, então, registrou queixa na Delegacia de Investigações de Crimes Raciais. Em depoimento a Polícia, a empregadora confirmou que não queria uma empregada negra, pois já havia contratado outra que maltratara seus filhos. Ela disse também que não se tratava de preconceito racial porque o seu marido era negro. Com base nos depoimentos, a denúncia foi considerada inconsistente, apesar das provas irrefutáveis como o anúncio e a confirmação da empregadora de que não queria uma pessoa negra trabalhando em sua casa. O Ministério Público do Estado de São Paulo requisitou o arquivamento do processo alegando não reconhecer a prática do crime de discriminação racial.

O INPB e o CEJIL entraram com uma ação junto à corte internacional do Sistema Interamericano. Após 10 anos de tramitação e uma tentativa de acordo, o caso foi julgado e o racismo estrutural do Brasil foi analisado pela sentença da OEA, que acrescentou ao relatório de mérito recomendações de ações políticas, práticas e educativas de combate ao racismo e a discriminação racial (2007). São elas:

- 1 - Reparação à vítima Simone André Diniz, considerando os aspectos morais e materiais pelas violações dos direitos humanos;
- 2 - reconhecimento público da responsabilidade internacional por violação dos direitos humanos de Simone André Diniz;
- 3 - prestar apoio à vítima de início e conclusão da educação;
- 4 - estabelecer um valor monetário para compensar a vítima pelos danos morais;
- 5 - realizar as necessárias mudanças administrativas e legislativas para tornar eficiente a legislação anti-racismo;

- 6 - conduzir uma investigação completa dos fatos para estabelecer a responsabilidade e a punição para a discriminação racial sofrida por Simone André Diniz;
- 7 - adotar e implementar medidas para educar os trabalhadores da Justiça e da Polícia para evitar a discriminação (...);
- 8 - *promover reuniões com representantes das agências de imprensa brasileira, com a participação dos petionários, a fim de produzir para evitar a realização de publicidade de natureza racista, tudo em conformidade com a Declaração de Princípios sobre Liberdade de Expressão;*
- 9 - organizar seminários com representantes do Judiciário, Ministério Público e os serviços locais da Segurança Pública, a fim de reforçar a proteção contra a discriminação racial eo racismo;
- 10 – solicitar aos governos estaduais a criação de delegacias especializadas em investigar crimes de racismo e discriminação racial;
- 11 - para os procuradores do Estado solicitar a criação do Ministério Público Estadual especializado no combate ao racismo e à discriminação racial;
- 12 - *promover a campanha publicitária contra a discriminação racial e contra o racismo.*

Dentre as 12 recomendações acima, duas (em itálico) são estritamente ligadas à questão midiática.

Ora, é na esfera pública que o estado brasileiro deve se posicionar para cumprir as recomendações da OEA e combater o racismo institucional, porém, as empresas jornalísticas são privadas, o que lhes garante o direito de enunciar o que querem. Todavia, o princípio ético do jornalismo visa a equidade, o equilíbrio, a pluralidade e a diversidade nos conteúdos de seus textos. Publicar anúncios racistas como o que provocou a discriminação contra Simone A. Diniz é um ato questionável e que nada tem a ver com a “liberdade de expressão”, mas que representa concretamente a “liberdade de empresa” de colaborar com ações eticamente questionáveis.

Se o Estado brasileiro é instado a combater o racismo, as demais instituições que compõem o poder deveriam, a priori, colaborar para tal. Neste sentido, a Pesquisa do CEERT-

OBM chega em momento oportuno: o ano de 2009, quando a 1ª Conferência Nacional de Comunicação mobilizou a sociedade civil em prol da democratização da mídia.

Por isso, quando tentamos identificar alternativas de mudança no comportamento dessa mídia impressa, no que tange o maniqueísmo e ou a falta de pluralidade opinativa de suas matérias sobre a “agenda de promoção da igualdade racial”, temos também que contextualizá-la dentro da lógica de mercado. Outro fator internacionalmente relevante é que a liberdade de expressão e a liberdade de imprensa decorrem de regimes democráticos. Esta premissa pode ser comprovada não apenas pela análise aparente dos fatos, mas principalmente pelos relatórios internacionais⁴ feitos em diferentes países. A democracia colabora para a vigência de uma mídia mais responsável.

Considerações finais

Sem dúvida, ações como o 1º. SIME que propiciam o debate entre acadêmicos e profissionais ou conferências como a BRASA X, que favorecem o intercâmbio entre Brasil e Estados Unidos podem colaborar para a distinção necessária entre a concepção legítima de liberdade de expressão e o que Vinícius Lima (2010) chama de “liberdade de empresa”. Para o autor, as práticas de *media literacy*, tradicionais na sociedade americana e que têm sua base no direito à informação e também na *accountability* dos jornalistas profissionais. Historicamente, a responsabilidade social tem como base a filosofia utilitarista das idéias de John Stuart Mill e Jeremy Bentham, propagadas no século XIX e ainda atuais. (Lima: 2010, p.53).

Com os dados apurados na Pesquisa do CEERT-OBM sobre Mídia Impressa e a Agenda da Igualdade Racial poderemos, numa segunda fase deste estudo ou releitura, elaborar recomendações que apontem para esta linha e ou para a adoção de práticas educacionais (Malachias: 2007) que favoreçam tanto a compreensão dos conteúdos, quanto a criação de mídias alternativas, eficazes e de qualidade, que correspondam às categorias inerentes aos

⁴ Ver os estudos que compõe o *Media Sustainability Index – Development of Sustainable Independent Media*, que cobre países de diferentes continentes com relatórios anuais. Ver também as publicações do *CIMA – Center for International Media Assistance*.

Indicadores de Desarrollo Mediático (UNESCO: 2008) e aos Indicadores do Direito à Comunicação⁵.

Mais do que insistir na negatividade das conclusões explicitadas no Relatório Final da Pesquisa do CEERT-OBM, adotamos uma postura propositiva, a partir de três ocorrências por nós observadas no Relatório e que consideramos polissêmicas, ou seja, abertas à intervenção reflexiva, que não implica a censura, mas possibilita a transformação de práticas jornalísticas, por propiciarem o aprendizado nos campos da educomunicação, da *media literacy* e do direito.

A primeira ocorrência refere-se à conclusão de que a “construção de sentido” das “reportagens” analisadas comprovam que elas tendem a ser mais plurais que os artigos opinativos. Exceção seja feita à Revista Veja, com 100% de matérias editorializadas com viés contrário às políticas públicas de igualdade. A segunda, tem a ver com o aumento significativo da temática etnicorracial negra na mídia brasileira. (A demanda quilombola por titulação de terras é um exemplo dessa ampliação, assim como outros temas agrupados como “racismo em debate”). A terceira ocorrência demonstra a contradição entre a recorrente publicação pelos veículos estudados de índices estatísticos produzidos por institutos renomados, como o IBGE e o IPEA, e a não associação desses índices à temática etnicorracial. Vale citar a própria Folha de S. Paulo, e as pesquisas realizadas pelo DataFolha. Apesar do resultado indicar uma aceitação das políticas afirmativas por parte das pessoas entrevistadas, os editoriais não refletiram mudanças.⁶

Manuel Castells (1999) pergunta: “quem é a mídia? Qual é a fonte de sua autonomia política? E de que modo é nela a política inserida?” É o próprio arguidor que responde a si mesmo, dizendo: “Nas sociedades democráticas, os principais meios de comunicação são representados, essencialmente, por grupos empresariais, cada vez mais concentrados e globalmente interconectados”. (1999: p.370). A resposta de Castells faz sentido. No Brasil, os jornais Folha de S. Paulo e O Estado de S.Paulo ocupavam, respectivamente, o primeiro e o terceiro lugar como jornais mais lidos do país. Já o levantamento feito em 2004 pelo IVC -

⁵ Recentemente publicados Intervezes Coletivo Brasil de Comunicação Social (2010).

⁶ Ver Relatório Final – Pesquisa CEERT-OBM).

Instituto Verificador de Circulação, entre os 11 maiores jornais em vendas⁷ do país, a Folha de S. Paulo também aparecia como o maior jornal do país em circulação; porém, O Globo (Extra e Diário de São Paulo) mantinha-se como o maior editor de jornais, com mais de 200 milhões de exemplares vendidos. Em 2008, a Folha de S. Paulo manteve a liderança na circulação e encerrou o ano com média diária de 295 mil exemplares. Em seguida apareciam os veículos Super Notícia (289 mil), O Globo (257 mil) e Extra (248 mil). Em quinto lugar, ainda segundo os dados do IVC, ficou O Estado de S. Paulo (213 mil)⁸.

Estes números indicam o alcance político e econômico das grandes redes dando sentido ao questionamento do cientista social. Para Samuel Possebon (2007: 278-279) o “mercado de comunicações” pode ser estudado e analisado por diferentes áreas do conhecimento. O autor defende uma “abordagem econômica”, que se justifica no fato das empresas de comunicação serem, em sua grande maioria, empresas privadas e por essa razão visarem o lucro e a sua sobrevivência no mercado. Por isso, para se pensar “um novo caminho”, há que se “compreender os pressupostos e alicerces do mercado atual”.

Embora as empresas jornalísticas estudadas sejam independentes, concorrentes e apresentem linhas editoriais próprias, têm em comum a característica de serem empresas familiares e essa similaridade se traduz, muitas vezes, na sintonia de conteúdos globais e ou locais. O que justificaria tamanha unanimidade entre veículos concorrentes e com linhas editoriais diferenciadas? Quem é público-leitor desses veículos? Como este público recebe (e media) o conteúdo publicado?

⁷ Mensuração feita por trimestre em 2004.

⁸ Ainda segundo os dados do IVC, outros jornais foram mensurados em sua circulação diária. Meia Hora (186 mil), Zero Hora (183 mil), Correio do Povo (155 mil) e Diário Gaúcho (147 mil). O top 10 se completa com o Lance (125 mil). Para saber mais leia: Último Segundo/Economia – “Circulação dos 20 maiores jornais brasileiros recuou 6,9% em 2009” 03/02 - 11:55 - iG São Paulo - Acesse o site: <http://ultimosegundo.ig.com.br/economia/2010/02/03/circulacao+dos+20+maiores+jornais+brasileiros+recuou+69+em+2009+9385954.html>

Não temos ainda respostas a essas questões fundamentais⁹. A contextualização histórica do período que permeia os oito anos da pesquisa poderá nos oferecer subsídios para algumas respostas e novos questionamentos críticos e qualitativos complementares aos dados quantitativos já apurados, inclusive, com a verificação de tendências em 2009 e 2010. Acresça-se a essas possibilidades, as duas recomendações da Organização dos Estados Americanos alusivas à mídia, como instituição que deve ser co-partícipe no processo de combate ao racismo no país.

Referências bibliográficas

“A Mídia Impressa no Brasil e a Agenda da Promoção da Igualdade Racial – Jornais e Revistas 2001 – 2008” – CEERT/OBM, 2009.

CASTELLS, Manuel – O Poder da Identidade. A Era da Informação Sociedade e Cultura – vol2. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1999.

CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL – promulgada em 05 de outubro de 1988. Brasília, Senado Federal, 2000.

Contribuições para a construção de indicadores do direito à comunicação. – Editor: João Brant -1. ed. -- São Paulo : Intervezes - Coletivo Brasil de Comunicação Social, 2010.

DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS HUMANOS – 1948.

HABERMAS, Jürgen – *La acción comunicativa*. Madrid, 1987.

INDICADORES DE DESAROLLO MEDIATICO: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social – PIDC – Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación, UNESCO, 26-28 marzo 2008.

LIMA, Vinicius – Liberdade de Expressão x Liberdade de Imprensa – Direito à Comunicação e Democracia. São Paulo, Publisher Editora, 2010.

MALACHIAS, Rosângela - *Considerações metodo-ideológicas. Teoria, prática e o ativismo Negro, Feminista e Juvenil*. In: Direitos Humanos, Segurança Pública & Comunicação.

⁹ Boaventura de Sousa Santos (2001: p.281) cita Charles Fourier (1841) *o grande pensador da utopia*, como um crítico severo dos cientistas sociais que, segundo ele, se esqueciam de aprofundar os seus estudos para a resolução dos problemas fundamentais da sociedade.

Rosana Martns, Maria Goretti Pedroso, Tabajara Novazzi Pinto. São Paulo, Editora AcadePol, (ISBN. 978-85-61034-00-9), 2008.

MARTIN Barbero, Jesus - De los Medios a las Mediaciones. México, Gustavo Gili, 1987.

POSSEBON, Samuel – O Mercado de Comunicações. Um Retrato até 2006. In: Políticas de Comunicação. Buscas teóricas e práticas. Murilo César Ramos/Suzy dos Santos (orgs). São Paulo, Paulus, 2007.