

**UNIALFA**

Volume 2

**PERSPECTIVAS  
CONTEMPORÂNEAS  
DO JORNALISMO.**

Patrícia Quitero Rosenzweig  
Luiz Carlos do Carmo Fernandes  
Thiago Augusto  
Narikawa  
(Organizadores)

## Copyright by

Patrícia Quitero Rosenzweig; Luiz Carlos do Carmo Fernandes; Thiago Augusto Narikawa (org.) 2024

## Projeto Editorial:

Lucas de Souza Nascimento

## Diagramação

Walter Hugo de Souza Rodrigues

## Edição 2024

## Dados de Catalogação:

P466

Perspectivas Contemporâneas do Jornalismo/Organizadores:  
Patrícia Quitero Rosenzweig; Luiz Carlos do Carmo Fernandes; Thiago  
Augusto Narikawa; - Goiânia GO: Centro Universitário Alves Faria –  
2024.

99 p. E-book: 2ª ed. - il.; PDF

Publicado pela UNIALFA.

Vários autores.

ISBN: 978-65-87372-17-4

1. Mídia. 2. Política. 3. Jornalismo. 4. Podcast. I.  
Rosenzweig, Patrícia Quitero. II. Fernandes, Luiz Carlos do Carmo. III.  
Narikawa, Thiago Augusto. IV. UNIALFA. V. Título.

CDU: 070

Catalogação na fonte: Biblioteca UNIALFA

## SUMÁRIO

Apresentação.....	4
Do microfone às urnas: uma análise do prestígio midiático no desempenho eleitoral de comunicadores goianos de 2002 a 2022.....	5
Eu quero votar para presidente: a atuação da imprensa goiana durante a campanha das Diretas Já .....	19
As barreiras enfrentadas por negros em Goiás: uma análise das TV Anhanguera e TV UFG em podcast.....	49

## **APRESENTAÇÃO**

Neste segundo Ebook da coleção **Perspectivas Contemporâneas do Jornalismo** continuamos com o objetivo de valorizar o esforço e a dedicação de estudantes e a ajuda dada pelo nosso corpo docente, em orientá-los, nesta etapa final de formação profissional.

Assim, ele também foi produzido com base nos trabalhos que já passaram por uma banca de avaliação, formada por professores do nosso corpo docente. Trata-se, portanto, de temas relevantes para toda a comunidade acadêmica interessada; dentro e fora da UNIALFA.,

Os textos mostram a diversidade de temas, conteúdos e áreas de interesse de nossos estudantes, ao longo dos últimos anos. E deixa o leitor a par de questões relevantes da atualidade, vista com profundidade crítica em termos de temática e de conteúdo.

Esperamos sinceramente que essa edição, assim como foi a primeira, seja bem recebida pela comunidade acadêmica, em particular os discentes e docentes de jornalismo. E que ela sirva de inspiração para a produção de novos estudos e o desenvolvimento de novos produtos que possam atender o interesse de estudantes, profissionais, pesquisadores e da comunidade de um modo geral.

Organizadores

## **DO MICROFONE ÀS URNAS: UMA ANÁLISE DO PRESTÍGIO MIDIÁTICO NO DESEMPENHO ELEITORAL DE COMUNICADORES GOIANOS DE 2002 A 2022**

**LARISSA ALEXANDRE RIBEIRO DOS SANTOS  
PROF. DR. LUIZ CARLOS DO CARMO FERNANDES**

### **INTRODUÇÃO**

Neste trabalho<sup>1</sup> teve-se como objetivo analisar e interpretar o desempenho eleitoral de profissionais da comunicação que pleitearam cargos legislativos pelo estado de Goiás, nas eleições entre os anos de 2002 e 2022. A escolha do tema é justificada pela relevância da comunicação social na atualidade, já que o entendimento é de que a reflexão é essencial em todo o processo democrático.

Na pesquisa buscou-se confirmar a hipótese de que o excelente desempenho eleitoral de alguns candidatos eleitos a cargos legislativos teve como fator determinante seu prestígio midiático auferido em programas de rádio e televisão. Para realizar o estudo de caso foram escolhidos os atores políticos Rachel Azeredo (PMDB) e de Silvye Alves (União) – ambas jornalistas e apresentadoras de TV; e de Mané de Oliveira (PSDB) – radialista e apresentador de TV.

Foram analisados o desempenho eleitoral (votação) e o ‘valor do voto’ (número de votos/custo declarado de campanha) destes candidatos. Os resultados obtidos por eles foram, em seguida, comparados a outros candidatos eleitos por outros tipos de capital político: o deputado federal José Nelto – eleito a partir do capital delegado do próprio campo político; e de Marquinho do Privê – capital convertido do capital econômico.

Para entender melhor a questão proposta, buscou-se compreender, no primeiro capítulo, o conceito de capital político e as suas variações – sendo elas, no caso brasileiro, capital delegado e capital convertido (Miguel, 2003). Bem como o impacto da imagem pública na decisão do voto e suas variáveis eleitorais na construção de uma carreira política.

No segundo capítulo, apresenta-se a metodologia utilizada, que foi a pesquisa documental baseada nos dados divulgados pelo Tribunal Regional Eleitoral (TRE) e em sites de jornais e notícias publicadas pela imprensa goiana. Outro método utilizado foi a análise de conteúdo, usada a fim de facilitar a compreensão das características do material pesquisado. Percebeu-se, ao estudar sobre a metodologia aplicada, que esta seria a mais adequada para avaliar as informações coletadas, permitindo interpretar características e tendências. Dessa forma foi possível observar enquadramentos, posicionamentos, consequências e os efeitos causados.

<sup>1</sup> TCC defendido em dezembro de 2023

O terceiro capítulo, destinado à análise do êxito eleitoral dos atores políticos mencionados, traz o número de votos obtidos por cada um; a comparação do custo de voto dos candidatos de capital midiático em relação aos candidatos classificados neste trabalho como de capital convertido e de capital delegado. O objetivo foi verificar se o prestígio e a reputação conquistados através da mídia ampliaram a conquista de votos para cargos os legislativos. Assim sendo, justifica-se o estudo da força da imagem atribuída à figura do político midiático como motivação principal deste trabalho.

## **CAPITAL POLÍTICO**

Segundo Miguel (2003), o conceito de capital político é essencial para compreender o caminho que os candidatos trilham rumo às eleições. Ou seja, “o reconhecimento social que permite que alguns indivíduos, mais do que outros, sejam aceitos como atores políticos e, portanto, capazes de agir politicamente” (Bourdieu, 1989 apud Miguel, 2003) é necessário para avançar na carreira política.

O capital político é, na visão de Pierre Bourdieu, um capital simbólico, pois se trata de um reconhecimento da legitimidade de o indivíduo agir na política. O autor entende que, em sendo um capital, ele é desigualmente distribuído na sociedade, tendo na base da pirâmide o simples eleitor, que apenas pode optar entre as alternativas propostas, e no topo os líderes, reconhecidos como representantes dos diversos segmentos sociais (Miguel, 2003).

Para Pierre Bourdieu o capital político pode ser de três tipos: a) capital delegado: um capital detido e controlado pela instituição e só por ela. É possível encaixar aqui os detentores de cargos públicos em geral; b) capital convertido: é a notoriedade e a popularidade obtidas em outras áreas de atuação e que são transferidas para a política. É o caso, por exemplo, de intelectuais, artistas ou esportistas que ingressam na vida parlamentar; e c) capital heroico: uma subespécie do capital convertido; produto de uma acumulação lenta e contínua, a qual leva, em geral, toda uma vida; está muito próximo do que Max Weber chama de ‘carisma’ (Miguel, 2032).

Miguel (2003), no entanto, entende que no caso brasileiro só se pode falar de dois tipos de capitais: a) capital delegado: entendido como o capital originário do próprio campo político e/ou estatal. Isto é, a notoriedade advinda de mandatos eletivos anteriores, da ocupação de cargos públicos (de confiança) no Poder Executivo e da militância partidária; b) capital convertido: a popularidade conseguida em outros campos e deslocada para a política e também a transferência do capital econômico, por meio de campanhas eleitorais dispendiosas<sup>2</sup>.

Outra conclusão de Miguel (2003), para o caso brasileiro, é a de que na trajetória ideal-típica, o capital delegado se faz paulatinamente, começando com

<sup>2</sup> O entendimento é de que o capital heroico pode até existir no Brasil, mas de forma tão rara que não justificaria o uso da sua tipologia na análise metodológica do país.

os cargos efetivos mais baixos (vereador); ou então, após longa estada em cargos públicos ou partidários. Já o capital convertido trabalha com um grande capital não político e busca convertê-lo de modo a alcançar uma posição mais elevada. Como exemplo o autor toma a Câmara dos Deputados, considerada a principal porta de entrada na transição entre o espaço político local e a política nacional. Ao demonstrar que entre 1986 e 1998 o percentual de reeleitos subiu de 38,8% para 56,3% e dos eleitos, pela primeira vez, caiu de 54,8% para 37,2%, ele explica que a importância da variável carreira política ficou mais evidente e destacada, principalmente no Partido dos Trabalhadores (PT).

A lógica é simples no capital delegado: os partidos colocam seus ocupantes em posições que garantem acesso a recursos de poder, conferem visibilidade social e permitem-lhes, em maior ou menor medida, formar uma rede de apoios partidários e extrapartidários necessária à busca de um mandato eleitoral. Por outro lado, no mesmo estudo Miguel (2003) diz, em relação ao capital convertido, que é razoável especular que os meios de comunicação podem cumprir um papel no 'salto' da política municipal para a federal, com vereadores, secretários municipais e prefeitos mais ambiciosos buscando maximizar a visibilidade midiática no exercício de seus mandatos.

Assim, o autor entende que em quase todas as trajetórias políticas os meios de comunicação possuem alguma importância. E os meios de comunicação de massa cumprem pelo menos duas tarefas: a) tornar o candidato familiar aos eleitores e b) inspirar confiança aos apoiadores e financiadores. Miguel (2003) aponta como beneficiários da mídia não apenas aqueles que têm ou tiveram, no acesso aos meios de comunicação, sua fonte original de capital político, mas também aqueles que na mídia trabalham: tanto proprietários de empresas do setor quanto radialistas e apresentadores de programas de televisão. A esses últimos, neste trabalho, chama-se de detentores do capital midiático, em contrapartida aos atores políticos tradicional.

Dito isso, é possível, testar duas hipóteses de Miguel (2003): a) a de que os meios de comunicação configuram um 'atalho', entre outros, na carreira política e b) a mídia 'complica' o jogo político tradicional, introduzindo concorrente-surpresa e ameaçando as carreiras em andamento.

## **CAPITAL ECONÔMICO**

Como é sabido, a literatura no Brasil que trata de estudos eleitorais aponta a carreira política e o montante de despesas efetuadas durante a campanha eleitoral como fatores importantes para o sucesso eleitoral dos deputados federais. Os dados encontrados pelos autores mostram diferenças significativas entre as receitas de campanha de homens e mulheres. Aponta ainda uma correlação alta e estatisticamente significativa entre as receitas e o sucesso eleitoral e destaca,

ainda, a possível relevância de outros fatores, como o capital político, que poderia reduzir a importância do capital financeiro (Alves; Marciano, 2018).

Os mesmos autores apontam um estudo realizado por Speck e Cervi (2016) que investigou as despesas de campanha, capital político e tempo de horário gratuito de propaganda eleitoral (HGPE) como preditores para o desempenho eleitoral dos prefeitos nas eleições municipais de 2012. A conclusão foi de que os gastos de campanha influenciam positivamente no desempenho eleitoral.

Eles ainda indicam uma revisão de literatura feita por Araújo, Silotto e Cunha (2015) que classifica três padrões de inter-relações entre gastos de campanha e desempenho eleitoral: o primeiro padrão estabelece uma associação positiva entre alocação de recursos de campanha e probabilidade de vitória. O segundo padrão indica que o efeito marginal do gasto de campanha sobre o desempenho eleitoral é maior em relação aos candidatos desafiantes (*challengers*) do que para os candidatos detentores dos cargos (*incumbents*). O terceiro padrão estipula que, embora o efeito marginal do gasto em relação ao desempenho seja maior nos desafiantes, os candidatos à reeleição possuem maior probabilidade de sucesso eleitoral.

Ao avaliarem os resultados das eleições de 2014 para deputado federal e realizarem análises mais robustas com regressão logística binomial (eleitos e não eleitos), Alves e Marciano (2018) concluem que o capital político delegado próprio, associado à carreira do candidato, possuem influência mensurável e estatisticamente significativa nas chances de sucesso eleitoral do candidato. O mesmo ocorre em relação às despesas de campanha do candidato associadas à conversão de capital econômico em político. Já o capital político associado ao partido ou à coligação, de caráter institucional, parece ter influência bem menor, mantidas as demais variáveis no modelo. No entanto, essa influência também tem significância estatística.

## **IMAGEM PÚBLICA**

A imagem pública, em seu sentido mais amplo, abrange não apenas a visibilidade midiática de um candidato, mas também a forma como esse candidato é percebido pelos eleitores (Hoffman, 2009). Isso inclui sua reputação, credibilidade, autenticidade e a capacidade de transmitir suas mensagens de maneira eficaz (Cohen; Davis, 1991).

A relação entre a imagem pública e a carreira política é dinâmica, uma vez que a percepção do eleitorado pode influenciar diretamente a trajetória de um candidato na política (Santos, 2018). Candidatos bem-sucedidos demonstram uma habilidade única em moldar e ajustar a sua imagem ao longo do tempo em resposta às mudanças nas demandas dos eleitores e às evoluções políticas (Albuquerque; Dias, 2002).

Como afirma Gomes (2004), a política da imagem é a prática política naquilo que nela está voltado para a competição pela produção e controle de imagens públicas de personagens e instituições políticas. Cabe lembrar, como o faz o mesmo autor, que a imagem pública é um fator inibidor ou reforçador das composições políticas. Mas também pode-se notar que a esfera da visibilidade pública, infelizmente, não tem o poder ou propósito de transformar a política em uma prática integralmente virtuosa. Assim, há agentes políticos com excelente imagem, mas com pouco apoio popular e com poucas possibilidades de êxito eleitoral.

Em relação às eleições é importante pontuar que a opinião pública é regida por padrões. Ela não se comporta de forma aleatória, irregular ou ilógica (Almeida, 2008). Trata-se de uma lógica e o eleitor não quer risco: quando ele considera que o governo é bom ou ótimo ele tem maior preferência para votar ou no candidato do governo ou naquele que disputa a reeleição. Sendo uma lógica, ela se aplica a qualquer eleição: federal, estadual ou municipal.

## **DECISÃO DE VOTO**

A decisão de voto é um processo complexo e multifacetado, influenciado por diversos fatores, incluindo a imagem do candidato, suas propostas políticas, bem como o grau de confiança que os eleitores têm neles. Nesse contexto, é de interesse analisar se o prestígio midiático de um candidato influencia a decisão de voto dos eleitores em comparação com outros fatores determinantes. Como destaca Lima (2001), a visibilidade midiática pode desempenhar um papel significativo na formação das preferências eleitorais.

Almeida (2008) lembra que são seis os fatores que formam a lógica do eleitor:

- a) A avaliação do governo;
- b) A identidade dos candidatos;
- c) O nível de lembrança (recall) dos candidatos;
- d) O currículo dos candidatos e se eles o utilizam para mostrar, ao eleitor, que podem resolver o principal problema que aflige o eleitorado;
- e) O potencial de crescimento dos candidatos, que combina a rejeição de cada um deles com seu respectivo nível de conhecimento;
- f) O fato de não ser possível contar com os apoios políticos, ou seja, popularidade e simpatia não se transferem.

## **ELEIÇÕES EM GOIÁS**

Para compreender os resultados eleitorais dos candidatos midiáticos é importante contextualizar as eleições ora analisadas dentro do panorama político e histórico de Goiás. Neste sentido, descreve-se, a seguir, as eleições para deputado estadual de 2002 e de 2014 e a para deputado federal de 2022 realizadas no Estado.

Os pleitos foram escolhidos por trazerem, como eleitos com maior desempenho, exatamente os candidatos para os quais se atribui o sucesso eleitoral ao chamado capital midiático.

As eleições de 2002 em Goiás foram marcadas pela reeleição do então governador Marconi Perillo (PSDB), um político que se pode descrever como detentor de um capital político delegado. Sua carreira política teve início em 1983 na Ala Jovem do PMDB, partido então chefiado por Íris Rezende. Ocupou os cargos legislativos de deputado estadual e federal antes de se eleger governador. Nessa eleição também teve destaque, no pleito para o Senado, um típico detentor de capital convertido: o então procurador de justiça Demóstenes Torres (PFL). A jornalista Raquel Azeredo (PMDB) foi a deputada estadual mais votada nesse pleito, com 59.168 votos, mais de 10 mil votos a mais que o segundo colocado: Célio Silveira (PFL), com 48.185 votos. E mais de 30 mil votos à frente de José Nelto (PMDB), com 24.028 votos (Brasil, 2002a).

Nas eleições de 2014, conforme o que se pode apurar nos dados coletados na imprensa local, Marconi Perillo voltou a derrotar o então adversário Iris Rezende, sendo eleito em segundo turno com 57,44% dos votos válidos (Brasil, 2014). Iris Rezende está o mais próximo do que Bourdieu (1989) denomina de capital heroico, já que o acumulou de forma lenta e gradual, somado a um carisma invejável na política brasileira. Iris foi vereador e prefeito de Goiânia, deputado estadual, senador, governador e ministro da República. Para o Senado Federal, nesse pleito, foi eleito o então deputado federal Ronaldo Caiado (DEM), com 1.283.665 votos. Caiado também é considerado um político detentor de capital delegado. O jornalista Mané de Oliveira (PSDB) foi o deputado estadual mais votado, com 62.665 votos. Mais de 10 mil votos à frente do segundo colocado, Paulo César Martins (MDB), que teve 54.629 votos. E mais de 25 mil votos à frente de Marquinhos do Privê (PSDB), que teve 37.237 votos (Governador [...], 2014).

Em 2022, o então governador Ronaldo Caiado foi reeleito em primeiro turno com 51,81% dos votos válidos (1.806.892 votos). Para o Senado foi eleito Wilder Moraes (PL), com 799.022. Wilder pode ter seu capital classificado como capital convertido, já que é um engenheiro que surgiu na política ao assumir uma vaga no Senado com a cassação de Demóstenes Torres. Ao mesmo tempo ele recebeu apoio do então candidato à presidência da República Bolsonaro (PL), beneficiando-se de uma eleição federalizada. Neste pleito, a jornalista Silvyne Alves (União) foi a deputada federal mais votada por Goiás, com 254.653 votos. Mais de 50 mil votos a mais que o segundo colocado, Gustavo Gayer (PL), que teve 200.586 votos. E mais de 150 mil votos à frente de José Nelto (PP), que teve 104.504 votos (Ronaldo [...], 2022).

Em resumo, nos três pleitos os candidatos detentores do que se denomina capital midiático: Raquel Azeredo (PMDB), Mané de Oliveira (PSDB) e Silvyne Alves (União) foram os deputados estaduais e federal mais votados, mesmo enfrentando políticos tradicionais e detentores do capital delegado.

## **METODOLOGIA**

Para este trabalho foram usadas duas metodologias: pesquisa documental e análise de conteúdo. “A pesquisa documental consiste na coleta, classificação, seleção difusa e utilização de toda a espécie de informações, compreendendo também as técnicas e os métodos que facilitam sua busca e sua identificação” (Fachin, 2017, p. 37). A característica principal da pesquisa documental é tomar, como fonte de coleta de dados, documentos escritos ou não, que constituem o que se denomina de fontes secundárias. “Estas podem ter sido feitas quando o fato ou fenômeno ocorre, ou depois” (Marconi; Lakatos, 2019, p. 62). Os documentos analisados para esta pesquisa foram os dados eleitorais divulgados pelo Tribunal Regional Eleitoral (TRE) e as informações localizadas em sites de informação e da imprensa goiana sobre os três pleitos analisados: 2002, 2014 e 2022.

Outro método utilizado foi a análise de conteúdo. “A análise de conteúdo é uma técnica de investigação que tem por finalidade a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação” (Bardin, 1977, p. 16). Percebeu-se na metodologia aplicada, como sendo a mais adequada para avaliar as informações coletadas, permitindo interpretar características e tendências. Dessa forma foi possível observar a votação e os gastos de campanha dos candidatos analisados, o que facilitou a compreensão das características do material pesquisado.

Foram analisados os dados eleitorais dos seguintes candidatos: Raquel Azeredo (PMDB), Mané de Oliveira (PSDB) e Silvye Alves (União), considerados candidatos com capital midiático. E ainda do deputado federal José Nelto – capital delegado do próprio campo político; e de Marquinho do Privê – capital convertido do capital econômico.

Raquel Azeredo é uma jornalista mineira que construiu sua carreira no jornal impresso, rádio e televisão, atuando em veículos como o jornal O Popular e na TV Record, em que foi apresentadora de um programa policial (Lista [...], [2023]). O goiano de Pires do Rio Mané de Oliveira, radialista, atuou no rádio e na televisão, sendo conhecido por ser um polêmico comentarista esportivo. A TV Brasil Central foi uma das emissoras em que mais tempo trabalhou (Mané [...], [2023]). A goianiense Silvye Alves é jornalista com carreira construída basicamente na televisão, com passagens pela Televisão Anhanguera e pela TV Integração. Mas foi na TV Record que ganhou notoriedade em Goiás apresentando o Cidade Alerta (Brasil, [2023b]).

O deputado federal José Nelto (PP) é mineiro, mas começou sua carreira política como vereador de Goiânia pelo PMDB em 1982. Depois de um segundo mandato como vereador foi eleito deputado estadual, em 1994, sendo reeleito em 1998. Permaneceu neste cargo legislativo até 2018, quando foi eleito deputado

federal (Brasil, [2023a]). Já Marquinho do Privê é um empresário ligado ao setor de hotelaria em Caldas Novas. Foi eleito deputado estadual em 2014 com o apoio do prefeito da sua cidade (Goiás, [2015]). Embora não tenha tradição como ator político, o apoio político recebido e os recursos financeiros disponibilizados em sua eleição garantiram-lhe seu primeiro mandato como deputado estadual. Seus gastos declarados de campanha foram de R\$ 2.593.136,06 (Brasil, 2022a), contra R\$ 373.261,92 de Mané de Oliveira, o mais votado nesta eleição para deputado estadual (Brasil, 2014).

A votação dos três candidatos midiáticos foi comparada com a dos portadores dos tipos de capital estabelecidos por Miguel (2003), bem como o 'valor do voto' desses candidatos, obtido com a divisão entre a votação obtida e os gastos declarados de campanha. O objetivo foi verificar se o prestígio e a reputação conquistados através da mídia influenciam na conquista de cargos eleitorais, permitindo alcançar uma maior votação com gastos menores. Tal comparação permite verificar a validade das hipóteses de Miguel (2003) de que os meios de comunicação configuram um 'atalho', entre outros, na carreira política e de que a mídia 'complica' o jogo político tradicional, introduzindo concorrente-surpresa e ameaçando as carreiras em andamento.

## **RESULTADOS**

Nesta análise buscou-se confirmar a hipótese de que o prestígio midiático de alguns candidatos eleitos a cargos legislativos teve como fator determinante seu prestígio midiático auferido em programas de rádio e televisão.

Com base em Miguel (2003), que aponta como beneficiários da mídia não apenas aqueles que têm ou tiveram, no acesso aos meios de comunicação, sua fonte original de capital político, mas também aqueles que na mídia trabalham. Dito isso, foi possível, testar duas hipóteses do autor: a) a de que os meios de comunicação configuram um 'atalho', entre outros, na carreira política e b) a mídia 'complica' o jogo político tradicional, introduzindo concorrente-surpresa e ameaçando as carreiras em andamento.

Os dados no Quadro 1 ilustram o desempenho eleitoral e o 'valor do voto' de cada um dos candidatos analisados. Reiterando que este 'valor' obtido com a divisão entre a votação obtida e os gastos declarados de campanha.

Quadro 1 - Desempenho eleitoral e custo do voto

Candidato (a)	Cargo	Pleito eleitoral	Votação	Tipo de capital político	Custo de campanha	Valor do voto
José Nelto	Deputado Estadual	2002	24.028 votos	Delegado	R\$ 73.602,18	R\$ 3,06
Rachel Azeredo	Deputada Estadual	2002	59.168 votos	Midiático	R\$ 71.398,66	R\$ 1,21
Marquinho do Privê	Deputado Estadual	2014	37.273 votos	Convertido	R\$ 2.593.870,00	R\$ 69,59
Mané de Oliveira	Deputado Estadual	2014	62.655 votos	Midiático	R\$ 377.500,00	R\$ 6,02
José Nelto	Deputado Federal	2022	104.504 votos	Delegado	R\$ 2.645.817,12	R\$ 25,31
Silvye Alves	Deputada Federal	2022	254.653 votos	Midiático	R\$ 3.146.888,94	R\$ 12,35

Fonte: Elaborado pela autora com base em dados da Justiça Eleitoral (2023).

Nas eleições legislativas estaduais de 2002 o candidato a deputado estadual, de capital convertido, José Nelto obteve 24.028 votos, com um gasto total de campanha de R\$ 73.602,18. Portanto o custo por voto foi de R\$ 3,06. No mesmo pleito, a candidata a deputada estadual, Rachel Azeredo, de capital midiático, obteve 59.168 votos, com um custo total de campanha de R\$ 71.398,66. Dessa forma, o custo por voto foi de R\$ 1,21 (Brasil, 2002b).

Já nas eleições legislativas estaduais de 2014 o candidato a deputado estadual Marquinhos do Privê, de capital convertido, obteve 37.273 votos, com um gasto total de campanha eleitoral de R\$ 2.593.870,00, o que corresponde ao custo por voto de R\$ 69,59. Enquanto o candidato a deputado estadual Mané de Oliveira, de capital midiático, alcançou 62.655 votos, com um gasto de R\$ 377.500,00. Isso fez com que o custo por voto fosse apenas de R\$ 6,02 (Brasil, 2014).

Por fim, nas eleições legislativas federais de 2022 o candidato a deputado federal, de capital convertido, José Nelto conquistou 104.504 votos, com um total gasto de R\$ 2.645.817,12. Sendo assim, o custo por voto foi de R\$ 25,31. Enquanto a candidata a deputada federal, de capital midiático, Sivyve Alves, alçou 254.653 votos, e seu gasto total de campanha foi de R\$ 3.146.888,94. Percebe-se, portanto, um custo por voto de apenas R\$ 12,35 (Brasil, 2022a, 2022b).

Foi possível constatar que o valor do voto e a votação obtida validam a hipótese de que os candidatos midiáticos têm melhor desempenho porque possuem elementos que o capital convertido por si só não proporciona, como: visibilidade, prestígio e reputação. Dessa forma, a hipótese inicial foi validada, com base nas literaturas de Bourdieu (1989) e Miguel (2003).

Os candidatos apontados como 'midiáticos' tiveram votações mais

expressivas, comprovando que o prestígio de suas imagens foi beneficiado por suas experiências profissionais como comunicadores. Na comparação de quantidade de votos e de valor gasto na campanha é possível perceber quanto o custo por voto foi menor para esses candidatos, chegando a menos da metade da de seus adversários, atores políticos tradicionais ou oriundos do mercado econômico.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Buscou-se analisar e interpretar o desempenho eleitoral de profissionais da comunicação que pleitearam cargos legislativos pelo estado de Goiás, nas eleições entre os anos de 2002 e 2022. Teve-se como objetivo confirmar a hipótese de que o excelente desempenho eleitoral de alguns candidatos eleitos a cargos legislativos teve, como fator determinante, seu prestígio midiático auferido em programas de rádio e televisão.

Com os resultados obtidos foi possível verificar que a mídia interfere na estrutura da carreira política exatamente por influenciar a produção de capital político na medida em que indivíduos com alta visibilidade midiática podem postular cargos mais elevados sem ter que passar por um desenvolvimento normal da carreira política. Insta salientar que a mídia não substitui nem torna obsoletas as formas anteriores de ascensão na vida política. Elas se complementam, interferindo em alguns aspectos e gerando formas novas e concorrentes-surpresa.

Nesse contexto, analisou-se que o prestígio midiático de um candidato influencia a decisão de voto dos eleitores em comparação com outros fatores determinantes. Os pleitos analisados neste trabalho foram os dos candidatos para os quais atribuiu-se o sucesso eleitoral ao chamado capital midiático, verificando que tiveram melhor desempenho.

Os candidatos detentores do capital midiático Raquel Azeredo (PMDB), Mané de Oliveira (PSDB) e Silvyne Alves (União) foram os deputados estaduais e federal, respectivamente, mais votados, mesmo enfrentando políticos tradicionais e detentores do capital delegado. A votação dos três candidatos midiáticos comparada com a dos portadores dos tipos de capital estabelecidos por Miguel (2003) revelou o valor do voto desses candidatos, obtido com a divisão entre a votação obtida e os gastos declarados de campanha.

Verificou-se, por fim, que o prestígio e a reputação conquistados através da mídia influenciaram na conquista de cargos eleitorais, permitindo alcançar uma maior votação com gastos menores. O que comprova a validade das hipóteses de Miguel (2003) de que os meios de comunicação configuram um 'atalho', entre outros, na carreira política e de que a mídia 'complica' o jogo político tradicional, introduzindo concorrente-surpresa e ameaçando as carreiras em andamento.

## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Afonso; DIAS, Marcia Ribeiro. Propaganda política e a construção da imagem partidária no Brasil. *Civitas: Revista de Ciências Sociais*, Porto Alegre, v. 2, n. 2, p. 309-326, dez. 2002. DOI 10.15448/1984-7289.2002.2.104. Disponível em: . Acesso em: 27 nov. 2023.

ALMEIDA, Alberto Carlos. *A cabeça do eleitor: estratégia de campanha, pesquisa e vitória eleitoral*. Rio de Janeiro: Record, 2008.

ARAÚJO, Victor; SILOTTO, Grazielle; CUNHA, Lucas Rodrigues. Capital político e financiamento eleitoral no Brasil: uma análise empírica das estratégias das empresas na alocação de recursos de campanha. *Teoria e Sociedade*, Belo Horizonte, n. 23, v. 2, p. 126-158, jul./dez. 2015. Disponível em: <https://bib44.fafich.ufmg.br/teoriaesociedade/index.php/rts/article/view/217/161>. Acesso em: 25 nov. 2023.

ALVES, Marcus; MARCIANO, João Luiz Pereira. Carreira, campanha e imagem política: análise das eleições para deputado federal em 2014. In: *ENCONTRO ABCP*, 11., 2018, Curitiba. *Anais eletrônicos [...]*. Rio de Janeiro: ABCP, 2018. Disponível em: <https://bibliotecadigital.tse.jus.br/xmlui/handle/bdtse/6587>. Acesso em: 25 nov. 2023.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Tradução de Luiz Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 1977.

BRASIL. Câmara dos Deputados. José Nelto: titular em exercício 2023-2027. Brasília: Câmara dos Deputados, [2023a]. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/deputados/204391>. Acesso em: 25 nov. 2023.

BRASIL. Câmara dos Deputados. Silvye Alves: titular em exercício 2023-2027. Brasília: Câmara dos Deputados, [2023b]. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/deputados/220569>. Acesso em: 25 nov. 2023.

BRASIL. Tribunal Regional Eleitoral de Goiás. Eleições 2002. Goiânia: TRE-GO, 2002a. Disponível em: <https://www.tre-go.jus.br/eleicoes/eleicoes-anteriores/eleicoes-2002>. Acesso em: 25 nov. 2023.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Divulgação de candidaturas e contas eleitorais: José Nelto. Brasília: TSE, 2022a. Disponível em: <https://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/#/candidato/2022/2040602022/GO/90001700974/integra/receitas>.

Acesso em: 25 nov. 2023.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Divulgação de candidaturas e contas eleitorais: Silvye Alves. Brasília: TSE, 2022b. Disponível em: <https://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/#/candidato/2022/2040602022/GO/90001614749/integra/receitas>. Acesso em: 25 nov. 2023.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Eleições 2002: prestação de contas eleitorais. Brasília: TSE, 2002b. Disponível em: <https://spce2008.tse.jus.br/sadEleicao2002/prestacaoDeContasEleitorais/procLancamentoListar.jsp>. Acesso em: 25 nov. 2023.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. Eleições 2014: prestação de contas eleitorais. Brasília: TSE, 2014. Disponível em: <https://spce2014.tse.jus.br/spceweb.consulta.receitasdespesas2014/resumoReceitasByCandidato.action>. Acesso em: 25 nov. 2023.

BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

COHEN, Jeremy D.; DAVIS, Robert G. Third-person effects and the differential impact in negative political advertising. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, [s. l.], v. 68, p. 680-688, 1991. DOI 10.1177/107769909106800409. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/107769909106800409>. Acesso em: 27 nov. 2023.

FACHIN, Odília. Fundamentos de metodologia. 6. ed. São Paulo: Saraiva Jur, 2017.

GOIÁS (Estado). Assembleia legislativa. Perfil biográfico: Marquinho Palmerston. Goiânia: AL, [2015]. Disponível em: <https://portal.al.go.leg.br/deputados/perfil-biografico/127>. Acesso em: 25 nov. 2023.

GOMES, Wilson. Transformações da política na era da comunicação de massa. São Paulo: Paulus, 2004.

GOVERNADOR em GO. G1, Goiânia, 26 out. 2014. Eleições 2014. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/go/apuracao-votos.html>. Acesso em: 25 nov. 2023.

HOFFMAN, George. Imagem pública e carreira política: estratégias de construção de imagem. [S. l.]: Política Contemporânea, 2009.

LIMA, Venício. Mídia, teoria e política. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2001.

LISTA de deputados estaduais de Goiás da 15a. legislatura. In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation, 2023]. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/lista\\_de\\_deputados\\_estaduais\\_de\\_goi%C3%A1s\\_da\\_15.%c2%aa\\_legislatura](https://pt.wikipedia.org/wiki/lista_de_deputados_estaduais_de_goi%C3%A1s_da_15.%c2%aa_legislatura). Acesso em: 25 nov. 2023.

MANÉ de Oliveira. In: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation, 2023]. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Man%C3%A9\\_de\\_Oliveira](https://pt.wikipedia.org/wiki/Man%C3%A9_de_Oliveira). Acesso em: 25 nov. 2023.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de metodologia científica. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

MIGUEL, Luís Felipe. Capital político e carreira eleitoral: algumas variáveis na eleição para o congresso brasileiro. Revista de Sociologia e Política, Curitiba, n. 20, p. 115-134, jun. 2003. DOI 10.1590/S0104-44782003000100010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rsocp/a/GZdWQw5qbZmzfNnNhMq6j4F/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 25 nov. 2023.

RONALDO Caiado, do União Brasil, é reeleito governador de Goiás no 1o turno com 51,81% dos votos. G1, Goiânia, 3 out. 2022. Eleições em Goiás. Disponível em: <https://g1.globo.com/go/goias/eleicoes/2022/apuracao/governador.ghtml>. Acesso em: 25 nov. 2023.

SANTOS, Alexsandro. Percepção do eleitorado e sua influência nas eleições. [S. l.]: Política em Foco, 2018.

SPECK, Bruno Wilhelm; CERVI, Emerson Urizzi. Dinheiro, tempo e memória eleitoral: os mecanismos que levam ao voto nas eleições para prefeito em 2012. Dados: Revista de Ciências Sociais, Rio de Janeiro, v. 59, n. 1, p. 53-90, mar. 2016. DOI 10.1590/00115258201671. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/dados/a/zvVMP49RydbhGddNXMKzCRC/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 1 jun. 2017.



## **EU QUERO VOTAR PARA PRESIDENTE: A ATUAÇÃO DA IMPRENSA GOIANA DURANTE A CAMPANHA DAS DIRETAS JÁ**

**ALLICE FERNANDES XAVIER  
PROF. MA. RAPHAELA XAVIER DE OLIVEIRA FERRO**

### **INTRODUÇÃO**

O presente trabalho tem como finalidade analisar a atuação da cobertura jornalística da imprensa goiana na campanha das Diretas Já. Ele se propõe entender como a mídia local, que por estar em proximidade com os fatos, cobriu os comícios e participou da construção desse período histórico. Além disso, ao final, Será apresentado como produto da pesquisa o podcast “Eu quero votar para presidente”.

O tema foi escolhido, a partir da paixão pela história do estado de Goiás, e também devido a curiosidade de contar histórias que poucos têm conhecimento. Portanto, juntando essas ideias, com as possibilidades que o jornalismo proporciona, surgiu o interesse por contar um pouco da versão goiana da redemocratização.

A presente pesquisa é importante para que se possa identificar e entender como a imprensa tem um papel de reconstruir a realidade na época vivida e com isso fomentar a memória social de fatos históricos. No contexto da redemocratização brasileira, o recorte local tem como ponto de partida o fato da capital Goiânia ter sediado aquele que foi considerado primeiro comício da campanha das Diretas Já, em 15 de junho de 1983.

A partir disto, este estudo busca contribuir com o resgate histórico da atuação do jornalismo e colaborar para o entendimento de fatos do passado, complementando os registros já existentes sobre o assunto. O objetivo geral deste trabalho, através da produção do podcast, é documentar como a imprensa goiana participou do processo de redemocratização do país, a partir da cobertura dos comícios das Diretas Já.

Já entre os objetivos específicos, almejamos realizar um estudo que pretende identificar como a imprensa atravessou o período entre a censura e a redemocratização. Além de analisar a atuação jornalística goiana durante a campanha das Diretas Já, compreendendo qual o papel desempenhado pelo jornalismo durante o processo. E também identifico como é a relação entre democracia e jornalismo, com a proposta de realizar um podcast com uma narrativa democrática das histórias locais.

Para desenvolver essa pesquisa, estruturamos o seu desenvolvimento da seguinte maneira: no segundo capítulo apresentamos a temática do trabalho, bem como a situação do período ditatorial dos militares (1964-1985), trazendo fatores que contribuíram para uma atuação reprimida da imprensa nesse período. Além de pontuar como se deu a atuação da imprensa goiana na cobertura da campanha das Diretas Já

e de que forma surgiu o movimento pela democracia.

No terceiro capítulo, discutimos de que maneira a Teoria Construcionista se relaciona com a temática. A partir da premissa de que o jornalismo reconstrói a realidade ao relatá-la nas notícias. Desta forma, propõe-se a análise com base nos estudos da teoria escolhida para explicar como, ao retratar o período, o jornal assumia o papel de contribuir na construção da memória daquele momento histórico.

No quarto capítulo, descreve-se de que maneira o jornalismo se relaciona com a democracia, sendo considerados um vital para a existência do outro e também por ambos auxiliarem para o exercício da cidadania na sociedade. Já no capítulo cinco, apresentamos de que modo o podcast, por ser uma mídia alternativa, tem as possibilidades de poder contar com uma cultura participativa e colaborativa da sua produção a veiculação, e porque é a escolha considerada para produção do produto deste trabalho.

Ao final, o podcast “Eu quero votar para presidente” é dividido em cinco episódios de em média de 10 minutos. A divisão das temáticas ficaram da seguinte forma: o contexto da ditadura militar com a imprensa goiana enfrentando a censura, mesmo com a proposta de distensão lenta gradual e segura; como aconteceram os comícios da campanha das Diretas Já em Goiânia; as articulações antes e depois da votação da emenda Dante de Oliveira e a cobertura da imprensa goiana neste período; a construção da nova Constituição Federal de 1988, a Constituição Cidadã e os seus avanços perante aos direitos sociais; e por fim um balanço da relação entre democracia e jornalismo, e os caminhos de ambas as instituições na atualidade.

## **REDEMOCRATIZAÇÃO BRASILEIRA**

O Brasil viveu entre os anos 1964 a 1985 um período de ditadura militar. A partir de 1974 foi iniciado o processo de redemocratização brasileira, em que se buscou promover a luta pelo retorno à democracia. O ápice desse processo foi a campanha das Diretas Já, a partir do ano de 1983, a qual chegou a reunir nas ruas milhares de pessoas. Essa história é apresentada por dois lados, em primeiro lugar pela ação política do general Ernesto Geisel com a proposta de distensão “lenta, gradual e segura”. E em segundo, pelos movimentos sociais, em ascensão desde 1970, que, ao conquistarem voz, uniram forças em prol da democracia.

Neste período em análise há também uma discussão sobre as exatas datas que abrangem o início e o final da redemocratização. De acordo com Nogueira (2007), estudos apontam para o começo sendo da metade do período da Ditadura Militar, a partir de 1974 com a posse do general Geisel, até a volta da realização da eleição direta para presidente em 1989. Ainda segundo o autor, há também estudiosos que apontam o início em 1975, após a morte trágica do jornalista Vladimir Herzog e o fim em 1988, com a promulgação da Nova Constituição Federal, conhecida como a Constituição Cidadã (Nogueira, 2007).

Essa dualidade de lados ocasionou um embate de versões sobre como a história realmente chegou a acontecer, devido ao fato dos militares estarem a frente da mediação do processo de redemocratização. De acordo com Nogueira (2007), o fim de uma ditadura só é possível quando se consegue dar início a uma democracia firmemente comprometida, e com as ações dos militares não foi bem assim. Os questionamentos sobre a legitimidade do processo de redemocratização, compreendem até o uso da palavra distensão, termo que define a abertura política.

A palavra “distensão” não veio por acaso. O general Golbery escreveu, entre várias obras, uma sobre a questão da segurança nacional, na qual desenvolvia a tese de que os Estados, as nações em geral e o Brasil são como um organismo que opera à maneira do coração, com sístoles e diástoles. É essa concepção naturalista e organicista da sociedade e do Estado que aparece na ideia da “abertura democrática” como “distensão” (Chauí, 2007, p. 7).

A transição política conseguiu se concretizar mesmo em etapas, acredita-se que o papel fundamental da oposição e o empenho dos militares em não conduzir rapidamente explicam a situação. Entretanto, por se tratar de uma história com várias versões, este trabalho procura contar um pouco da versão goiana. E antes de entender os processos do período da redemocratização, é preciso ir atrás do que ocasionou a derrubada da democracia no Brasil.

## **DITADURA MILITAR**

A articulação militar para alcançar o poder não começou em 1964, a história iniciou cerca de dez anos antes. “Era um golpe há muito premeditado. Os tambores da conspiração já haviam rufado, ruidosos em 1954. O tiro que rebentou o coração de Vargas os abafou. Os rumores da intriga voltaram a ecoar em 1955 e em 1961” (Bueno, 2020, p. 386). A ação dos militares foi denominada por eles, como uma “revolução”, sendo motivo de comemoração para alguns. Porém, em 31 de março de 1964, com um golpe, se iniciou o período da ditadura militar.

De acordo com Fausto (1994), o governo da época de João Goulart não tinha mais legitimidade com os setores da sociedade civil e principalmente com os militares. A situação com o Jango se agravou devido às especulações de relações dele com a China, o governo comunista, justamente em uma época em que eles eram considerados uma ameaça nacional, principalmente aos aliados dos Estados Unidos (EUA). É importante pontuar que na década de 60, existia uma polarização devido ao período da Guerra Fria, EUA versus a antiga União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS), que atualmente corresponde a Rússia.

Dentre as instituições com atuação fundamental nesse início, podemos citar a imprensa. Segundo Pilagallo (2021), além de apoiar editorialmente ou até mesmo

cedendo espaços para que o golpe pudesse acontecer, a imprensa colaborou com a ação dos militares. “O único jornal que não apoiou o golpe foi o jornal Última Hora, criado no início dos anos 1950 e que esteve alinhado durante todo o período com João Goulart” (Pilagallo, 2021).

Logo em abril 1964, tomou posse o general Castello Branco, no qual instituiu o primeiro, dos dezessete Atos Institucionais (AI), regulamentados por 104 atos adicionais, que foram os instrumentos “legais” de controle e repressão pelos militares. O primeiro AI instituiu a cassação dos “direitos políticos, pelo período de dez anos, de grande número de líderes políticos, sindicais e intelectuais e de militares.” (Carvalho, 2002, p. 160).

Em 1967, o segundo militar a ocupar o poder foi o general Artur Costa e Silva. Neste ano estavam acontecendo greves operárias e também manifestações estudantis, sendo que Costa e Silva utilizou essa mobilização como um pretexto para decretar em 1968 o AI-5, chamado de “golpe dentro do golpe”, (Bueno, 2020). O Ato Institucional é considerado o mais radical de todos, por atingir profundamente os direitos políticos e civis da sociedade naquela época.

O Congresso foi fechado, foi suspenso o habeas corpus para crimes contra a segurança nacional, e todos os atos decorrentes do AI foram colocados fora da apreciação judicial. Paralelamente, recomeçaram as cassações de mandatos, suspensão de direitos políticos. Além da censura às liberdades de expressão e de imprensa (Carvalho, 2002, 162).

Em contraponto deste cenário, o terceiro presidente militar, o general Emílio Médici, dizia aos quatro ventos que o país estava a mil maravilhas, mas o que estavam escondendo nos porões da ditadura, era tortura, repressão e mortes (Bueno, 2020). Entre os anos de 1969 a 1973 ocorreu uma prosperidade econômica que colaborou para que a população tivesse uma percepção consideravelmente positiva do governo, esse período foi denominado de Milagre Econômico (Fausto, 1994).

Posteriormente, em 1974, o general Ernesto Geisel assumiu a presidência com uma proposta de colocar em prática o processo de reabertura política de volta à democracia. Geisel se comprometeu a fazer esforços para uma abertura gradual. Um dos motivos para isso é que, “a partir de abril de 1974, começariam a vencer os dez anos de cassação dos direitos políticos das primeiras vítimas do regime militar. A oposição começava a se animar, levada pela empolgação da participação do MDB nas eleições” (Santos, 2018, p. 58).

A intitulada distensão “lenta, gradual e segura” combinou passos a favor da oposição, mas acompanhados de outros, de acordo com os militares do regime (Santos, 2018). Uma medida favorável ao governo foi a criação da Lei Falcão, em julho de 1976, que determinava que os candidatos não poderiam mais fazer campanha pelo rádio ou pela televisão. A única forma de comunicação com os eleitores seria por meio dos

conhecidos “santinhos”, o que desfavorecia os candidatos da oposição (Pilagallo, 2021).

Com a propaganda política censurada, os candidatos mais radicais eram vetados e algumas vezes a votação era adiada. Porém mesmo com restrições, as eleições legislativas naquela época para o Senado e Câmara Federal, tanto para as assembleias estaduais e câmaras de vereadores, foram mantidas diretas. Porém, quando os generais eram surpreendidos pelos resultados, mudavam as leis, para manter a maioria no Congresso (Carvalho, 2002). Outro mecanismo para controlar o governo e a própria abertura política, foi o Pacote de Abril, instituído ainda em 1977, pelo presidente Geisel.

Havia a desconfiança de que nas eleições de 78 poderiam ser renovados dois terços do Senado, porém, diante deste temor do governo, fez-se com que uma nova norma garantisse a maioria governista no Senado: metade das vagas em disputa seria preenchida pelo voto indireto do Colégio Eleitoral (com membros da Assembleia Legislativa local e delegados das Câmaras Municipais). Com estas medidas, estes senadores não foram legitimados pelo voto direto e sim por uma indicação do presidente. Estes eram os chamados “senadores biônicos”(Barbosa, 2012, p. 25).

Em 1979, já no governo do general João Batista de Figueiredo, o Congresso votou pela Lei de Anistia. A lei era controversa, pois se estendia a anistia a ambos os lados, isto é, aos acusados de crime contra a segurança nacional e aos agentes de segurança que tinham

prendido, torturado e matado muitos dos acusados. Mas ela devolveu os direitos políticos aos que os tinham perdido e ajudou a renovar a luta política (Carvalho, 2002).

Por fim, o cenário para o início da campanha das Diretas Já começou a surgir a partir dos movimentos sociais ascendentes na década de 1970 e devido ao retorno das liberdades, que acontecia aos poucos. O resultado do clamor social nas ruas foi percebido nas eleições de 1982, com a volta da eleição direta para governadores. E por consequência disso, também foi eleito pelo estado do Mato Grosso, o deputado federal Dante de Oliveira, o coautor da emenda que levou o seu nome, e defendia o retorno das eleições diretas para presidente em 1985. A proposta da emenda foi um dos estopins para a campanha que levou milhões de pessoas às ruas do país pedindo pela volta ao exercício da democracia.

## **CAMPANHA DAS DIRETAS JÁ**

O primeiro comício da campanha das Diretas Já aconteceu em Goiânia, em junho de 1983, organizado pelos políticos do MDB da época (Fausto, 1994). A mobilização popular acabou movimentando as ruas do país até o início do ano seguinte. O movimento começou com o retorno das eleições diretas para governadores e a renovação do congresso nacional em 1982. Sendo possível que os candidatos da

oposição conseguissem chegar ao poder.

O movimento político-social ocorrido no Brasil, denominado “Diretas Já” teve como balizas o intervalo entre a apresentação da Emenda Dante de Oliveira (março de 1983), que pretendia devolver aos cidadãos brasileiros o direito ao pleito direto, e a votação desta no Congresso Nacional (abril de 1984), este curto período registrou um momento de intensa participação política da população brasileira (Santos, 2015, p. 297).

A realização dos comícios, foram organizados por lideranças políticas de cada estado, principalmente por parte dos governadores. Eles faziam a propaganda, disponibilizavam o transporte público para o deslocamento, além de garantirem a segurança no evento (Santos, 2018). Assim, as Diretas Já foram um palco para exposição das forças políticas e ideologias presentes na sociedade, sendo uma resposta aos anseios da democracia. Desta forma, foi sendo aprofundada a legitimação democrática em questão, com as lideranças políticas que lhe davam respaldo popular (Oliveira, 2002).

Nesse contexto, é bom pontuar que em 1979, foi aprovada a Lei 6.767 que extinguiu o bipartidarismo. Antes existiam, como partidos políticos no país, somente o Arena e o MDB (Movimento Democrático Brasileiro). Então, abria-se a possibilidade do surgimento de novos partidos a partir disso: a Arena virou PDS (Partido Democrático Social) e continuou como base do governo. O MDB, o partido da oposição, se dividiu, uma parte virou PMDB com o líder Ulysses Guimarães e a outra o PP (Partido Progressista), com o Tancredo Neves. Também surgiu o PT (Partido Dos Trabalhadores) liderado por Lula, o PTB (Partido Trabalhista Brasileiro) que foi recriado por Ivete Vargas, e o PDT (Partido Democrático Brasileiro) com Leonel Brizola no comando (Santos, 2018).

Com a volta do multipartidarismo, a pluralidade de ideias e ideologias transcenderam para a sociedade. Mesmo que, em primeiro momento, o regime militar ainda controlava essa dinâmica, não permitindo uma relação política democrática de uma maneira profunda. A forma como o movimento foi retratado pela imprensa teve repercussão na atuação, participando diretamente para contar as histórias da campanha das Diretas Já.

## **COBERTURA DA IMPRENSA BRASILEIRA**

Para entender como a imprensa brasileira atuou durante a campanha das Diretas Já, é preciso pontuar que durante a ditadura militar, entre os anos de 1964 e 1985, o jornalismo sofreu com a forma repressiva e controladora dos mecanismos de censura. Os diversos meios de comunicação foram submetidos a um controle prévio, que os censores estipularam na época. Dessa forma, as informações do que acontecia naquele período não podiam ser totalmente divulgadas.

A grande mídia, reiterando um discurso oficial, instituída a história e construía uma visão política pelos mesmos olhos da ditadura, que possibilitaria, posteriormente, a produção de uma única memória, oficializada e “verdadeira”, é constituída por um discurso também quase único – a resistência armada, por sua vez, não tinha voz alguma nos mais diversos meios de comunicação (Sá, 2018, p. 134).

A censura à imprensa não era feita diretamente pelos censores. Ela era realizada de diversos modos, como por meio de bilhetes e telegramas enviados às redações de jornais, pontuando os assuntos que não deveriam ser abordados. “Além de acordos com proprietários dos meios de comunicação, sem contar a autocensura individual e institucional, que inibia a divulgação de notícias desfavoráveis ao governo, com receio de represálias” (Ridenti, 2018, p. 92).

Apesar das matérias serem censuradas, a imprensa tinha uma forma de denunciar por meio de um artifício: no lugar da matéria eram publicados versos d’Os Lusíadas, de Camões, ou receitas culinárias. E, somente em 1978, com o encerramento da vigência do AI-5, que a censura prévia chegou ao fim (Santos, 2018).

Entretanto, em contrapartida aos artifícios da censura, surgiram naquela época uma imprensa alternativa, que ocasionalmente apresentava como uma solução para a resistência que não tinha voz e vez nos veículos tradicionais. Havia setores da sociedade, considerados até mesmo como vítimas do regime, onde não detinha de um lugar para divulgar as pautas de

reivindicação, para o processo de redemocratização recrutando bases de apoio ao movimento (Macedo, 2017)

Durante os comícios da campanha das Diretas Já, alguns meios de comunicação tradicionais realizaram a cobertura. Dentre eles, a Folha de São Paulo foi o meio jornalístico que ganhou destaque, lutando ao lado dos manifestantes em prol da democracia (Bueno, 2020). A atuação independente, no qual o jornal atuou, colaborou para torná-lo consideravelmente um dos destaques nos anos de 1980 e 1990.

A Folha de São Paulo se engajou como o principal órgão da mídia na campanha das Diretas Já e logo manifestou seu apoio com a publicação de um editorial no dia 27 de março de 1983, no qual o jornal se posicionou favoravelmente à emenda que propunha as eleições diretas para a presidência da República. O periódico, até a votação da emenda, publicou além deste, outros cinco editoriais e cinco pesquisas que mostraram o crescente apoio da população ao movimento (Santos, 2015, p. 300).

A forma como cada veículo de comunicação escolheu tratar o evento dos comícios, reforçou a legitimidade da imprensa alternativa, dando espaço aos jornalistas

que não conseguiam expor a sua opinião pelos meios tradicionais, construindo uma memória coletiva alternativa (Lohn, 2012). Além disso, a imprensa acabou exercendo um papel de construtora de um repertório discursivo, no qual proporciona protagonismo a determinados agentes sociais e políticos.

No que se refere às “Diretas Já” a imprensa teve um papel importante de informação e também de mobilização, embora possa perceber que o engajamento com a campanha das “Diretas Já” se dá no momento em que o movimento já está constituído e ganha as ruas. Além disso, os “setores da imprensa e das oposições partidárias também tiveram um papel relevante para a produção e difusão desses discursos que construíram um sentido às mobilizações pelas diretas-já.” (Bertoncelo, 2007: 122 apud Bazaga, 2013, p. 8).

Num processo de elaboração de uma memória histórica sobre a redemocratização brasileira, setores da imprensa aparecem como mediadores das diversas vozes e, também, em uma condição de testemunha privilegiada, sendo aquela que observa e atua em cena (Lohn, 2012). A partir disso, este trabalho propõe entender se a mesma condição da imprensa nacional esteve em igualdade com o contexto local da mídia goiana.

## **COBERTURA DA IMPRENSA GOIANA**

No contexto nacional da cobertura da imprensa, as Diretas Já mostraram-se presentes. Ao adentrar no cenário goiano observa-se que não há uma mudança de perspectiva. Nesse sentido, ainda no início do período da redemocratização brasileira, no qual até então existia uma censura, as produções locais também sofreram com essa realidade antes mesmo do golpe

militar de 1964. Um exemplo dessa repressão, ocorreu no dia 8 de agosto com o empastelamento do jornal “Cinco de Março”, atual Jornal da Manhã, após a publicação de uma notícia de denúncia de corrupção da Polícia Militar de Goiás. “poucas horas depois da abertura do jornal no referido dia, dois jipes da PM invadiram sua sede, atirando e quebrando tudo. O jornal ficou um mês sem circular, sob protestos da imprensa nacional” (Borges; Lima, 2017, p. 84)

Considerando as entrevistas feitas com jornalistas goianos para o podcast elaborado a partir deste trabalho, em linhas gerais, podemos dizer que a censura à imprensa aconteceu da mesma forma em Goiás. A cobertura da campanha possivelmente acabou sofrendo as mesmas dificuldades, devido ao fato que os veículos de comunicação tradicionais ainda não tinham plena liberdade de imprensa para uma cobertura ampla, no qual retratasse as diversas versões locais desse evento. Porém, ainda sim, a atuação jornalística se fez presente nos comícios, estando envolvida até no

processo de divulgação do evento.

“Na televisão e nos jornais, as notícias diárias davam conta das movimentações em torno do dia 12. Jornais como Folha de Goiás e Diário da Manhã começaram a exibir, diariamente, em suas edições, entrevistas com diversas lideranças, convidando a população a participar, além de cartazes e convites publicados.” (Santos, 2018, p. 118).

Além disso, diversas matérias foram produzidas para a televisão e o rádio, nos dias que antecederam o grande comício de Goiânia. A intenção era deixar a população informada sobre a importância que a campanha das Diretas Já tinha naquele momento. Outro fator que contribuiu para a imprensa goiana não ter como ignorar os eventos da redemocratização brasileira, é que Goiânia é a capital mais próxima de Brasília. E o primeiro comício da campanha das Diretas Já aconteceu na cidade, no dia 15 de junho de 1983 (Santos, 2018).

Portanto, a imprensa goiana pôde realizar uma cobertura das Diretas Já de uma maneira aproximada, devido ao contexto local dos fatos. Além disso, no cenário goiano, tivemos também exemplos de mídias alternativas, como a Cooperativa de Jornalistas de Goiás, a Projornal. Fundada ainda em 1978, a Projornal tinha como objetivo a colaboração de seus associados com a finalidade de promover a venda da produção jornalística, publicitária, editorial para empresas públicas e privadas (Souza; Borges, 2020). A contribuição da cooperativa foi ter participado da cobertura dos comícios e colaborado no processo de contar os fatos que integraram a construção da realidade em 1984.

E por falar em construção, a temática da cobertura da campanha das Diretas Já colaborou para a construção da memória social daquele período. Neste sentido, a interpretação da realidade que o jornalismo retratou naquela época, é um elemento de reconstrução da mesma. O jornalista, por ser atribuído de reações aos agentes sociais em que está inserido, acaba não refletindo a realidade nas notícias, como se fosse um espelho. Contudo as teorias construcionistas podem explicar essa dinâmica social.

## **TEORIAS CONSTRUCIONISTAS**

Durante o processo de redemocratização, há diversas versões da história de como tudo aconteceu. Dentre elas, há uma que a imprensa contou nos noticiários e essa pode ser explicada por meio da teoria construcionista. A teoria é a que apresenta a perspectiva de que a imprensa contribui para a construção da realidade, ao produzir material jornalístico. Segundo Traquina (2005), o conceito construcionista é apresentado como sendo o contrário da afirmação de que a imprensa é capaz de refletir a realidade, pois as notícias também têm o papel na construção dos acontecimentos.

O autor destaca que a ideia de que a produção da notícia é um processo

interativo, no qual o jornalista sofre diversas interferências de agentes sociais, como da organização em que atua e de crenças do próprio profissional. Traquina (1993, p. 168), ainda destaca que “as notícias acontecem na conjunção de acontecimentos e textos. Enquanto o acontecimento cria a notícia, a notícia cria o acontecimento”. Nesse sentido, o jornalismo molda a dinâmica social, ocasionalmente configurando o que é de interesse do cidadão e o que não é.

“É suposto que as notícias digam respeito a esses tópicos reconhecíveis. Socializados nessas atitudes sociais e nas normas profissionais, os jornais cobrem, selecionam e difundem histórias sobre temas identificados como interessantes ou importantes” (Tuchman, 2009, p. 93). O jornalismo também proporciona o reconhecimento público para determinados fatos ou a problematização de questões. Entretanto utiliza de um modelo padronizado de elaboração de notícias.

De acordo ainda com Traquina (1993) e Sousa (2002), o fazer jornalístico é um complexo sistema engendrado por diversos agentes, ocasionando uma realidade não refletida. Assim, o próprio jornalismo seria responsável por construí-la, com histórias narradas a partir dos acontecimentos reais, pontuadas conforme a sua relevância e de como o cidadão precisa saber. E o jornalismo, ao dar relevância a determinados assuntos, se destaca como um dos papéis da imprensa em orientar a atenção do público.

Segundo Lippmann (1922, apud Sousa, 2002), é importante ressaltar essa orientação, pois os jornais podem ser considerados como a principal ligação entre os fatos e as imagens que as pessoas formam desses acontecimentos. O papel do jornalista é fortalecido diante desse cenário, como sendo o “autor” dessas narrativas. De acordo com Todorov (1973, p. 212 apud Motta; Costa; Lima, 2004, p. 38), “Não são os acontecimentos relatados que contam, mas a maneira pela qual o narrador nos fez conhecê-los”.

A escolha da narrativa é “orientada pela aparência que a ‘realidade’ assume para o jornalista, pelas convenções que moldam a sua percepção e fornecem o repertório formal para a apresentação dos acontecimentos, pelas instituições e rotinas” (Traquina, 2001, p. 87). São os “autores” das histórias direcionando sobre o que é preciso saber sobre elas. De acordo com Stuart Hall (1984, apud Traquina, 2005), cada jornalista presente no acontecimento, e ao narrá-lo, acaba construindo uma narrativa de uma forma diferente.

Os jornalistas dizem: ‘há um acontecimento; quer dizer alguma coisa. Quem quer que lá esteja perceberá o que é que ele significa. Tiramos-lhe fotografias. Escrevemos um relato sobre ele. Transmitemo-lo tão autenticamente quanto possível através dos media, e a audiência vê-lo-á e perceberá o que aconteceu. E quando se afirma que as pessoas tem interesse em versões diferentes desse acontecimento, que qualquer acontecimento pode ser construído das mais diversas maneiras e que se pode fazê-lo significar as coisas de um modo diferente (Hall, 1984, p. 4, apud Traquina, 2005, p. 170).

É neste cenário em que a atuação do jornalismo acontece, que há a reconstrução da realidade. Para a teoria é construcionista, entretanto, o que se confere como real pode ser considerado algo concreto, tendo o jornalista como o profissional que interpreta aquilo que aconteceu, dando outro significado. Neste sentido, a imprensa contribuiu para a construção da memória social dos períodos históricos, como a campanha das Diretas Já.

## **CONSTRUÇÃO DA REALIDADE**

A interpretação que o jornalismo dá para a realidade, acaba sendo considerado como algo concreto, muitas vezes não questionável. A justificativa é a legitimidade da instância da atuação da imprensa no meio social (Silveira; Marôpo, 2014). No entanto, a compreensão do público precisa ser levada em consideração, já que o processo da reconstrução da realidade parte da produção, da circulação e do reconhecimento (Alsina, 1996, apud Silveira; Marôpo, 2014).

A construção da realidade diante da atuação jornalística na década de 1980, pode explicar sobre como a campanha das Diretas Já foram retratadas. A produção da notícia, além de poder ficar como um caráter histórico para consultas futuras, também interfere na memória. As lembranças de cada cidadão daquele período possivelmente passou por uma notícia que chegou a ele.

É interessante compreender o modo como o discurso jornalístico ocupa o espaço nas sociedades contemporâneas na construção de conhecimento histórico e da memória coletiva. De acordo com Motta, Costa e Lima (2004), as notícias produzidas e veiculadas pelos meios de comunicação de massa tem o papel que vai além de informar o público, pois atualizam a realidade social, com uma renovação diária e cotidiana das percepções do espaço, do meio de convívio e do próprio mundo de cada pessoa.

De acordo com Ferreira (2007, p. 58), "o papel institucional de produzir sentidos passíveis de inscrição na memória social, daí a necessidade de examinar 'de que modo vem a instituir-se e a produzir os efeitos de verdade e consenso que muitas vezes acabam por orientar nossas ações e nosso pensar". Nesse sentido Lohn (2013), aponta que durante a campanha das Diretas Já, a história narrada pode ser considerada como uma mudança na ideia sobre a democracia perante a sociedade:

Uma determinada ordenação narrativa apontou os rumos e praticamente estabeleceu, em conjunto com os interlocutores políticos, um calendário que organizaria a aceitação de práticas democráticas no país: as eleições passaram a significar a própria democracia. Votar tornou-se o alvo a ser perseguido para a definição de um regime democrático. Algo que, à primeira vista, pode parecer óbvio. No entanto, sabe-se que há muitas definições de democracia e sua prática constitui um exercício elaborado e sua complexidade não se esgota em mecanismos institucionais (Lohn, 2013, p.76).

A imprensa proporciona a mediação da realidade, legitimando o que lembra e ou é esquecido atribuindo significados, que conseqüentemente construiu a memória social dos indivíduos que presenciaram os acontecimentos históricos, como é o caso da Campanha das Diretas Já. No entanto, segundo Motta, Costa e Lima (2004), as histórias narradas pela imprensa podem acabar se repetindo no futuro, pontuando uma não convicção da legitimidade das lembranças daquela época.

Pensamos que, apesar do esforço empreendido pelos profissionais de ater-se à objetividade dos fatos, é possível observar na contínua produção jornalística a recorrência de notícias que narram histórias e conflitos que se repetem ao longo dos anos, com diferentes personagens e cenários (Motta; Costa; Lima, 2004, p. 34).

A Campanha das Diretas Já representou na história do Brasil a luta pelo retorno da democracia. Os movimentos sociais lutando por direitos, constantemente acontecem na sociedade. Os direitos democráticos não são algo plenamente garantido, portanto o jornalismo está vinculado a cobrar por eles. A partir da seguinte afirmação, é possível identificar como um é vital para garantia da existência do outro: "Sem jornalismo não há democracia, o jornalismo é o oxigênio da sociedade" (Di Franco, 2017) 1.

## **JORNALISMO E SOCIEDADE**

O jornalismo em sua relação com a sociedade exerce diversos papéis, como por exemplo, o de colaborar com o exercício da cidadania e a manutenção da democracia. Neste cenário a atuação dos jornalistas em reconstruir a realidade, por meio da produção de notícias conseqüentemente considera, ou em maioria deveria, o quão importante é o conhecimento pela informação. Na perspectiva da Campanha das Diretas Já, foi atribuída ao jornalismo a proposta de estar na luta em conjunto com a sociedade, no qual fosse possível idealizar uma redemocratização como um todo.

Os direitos à informação e à comunicação nem sempre existiram na sociedade. No contexto mundial, em 1948, a Organização das Nações Unidas (ONU) criou a Declaração Universal dos Direitos Humanos. A ação se tornou necessário após a segunda grande guerra mundial (1939-1945) em que milhares de pessoas perderam as suas vidas em meio ao Holocausto e o lançamento de bombas atômicas sobre duas cidades do Japão. O texto, além de reforçar os valores básicos humanitários, garante os direitos à informação e à comunicação. "Todo o indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão, o que implica o direito de não ser inquietado pelas suas opiniões e o de procurar, receber e difundir, sem consideração de fronteiras, informações e idéias por qualquer meio de expressão" (ONU, 1948, art. 19).

Portanto, cada ser humano tem o direito de ser bem informado, sem interferências, e podendo livremente buscar a informação em qualquer lugar, além de expressar a sua opinião, por meio da manifestação do seu pensamento, por qualquer meio. No Brasil, outro instrumento que complementa a garantia desses direitos foi instituído após a redemocratização brasileira, por meio da Constituição Federal de 1988, conhecida como Constituição Cidadã. “A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição [...] É vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística” (Brasil, 1988, Art. 220).

Além desse artigo citado, na carta magna consta um capítulo específico sobre a comunicação, o “Capítulo V - Da comunicação social”. Neste texto ficou garantida a liberdade na comunicabilidade. “Nas palavras de José Afonso da Silva, o conjunto de direitos, formas, processos e veículos que possibilitam a coordenação desembaraçada da criação, expressão e difusão do pensamento e da informação” (Grevetti, 2004).

No início do processo da redemocratização a imprensa ainda era censurada, devido às consequências do regime militar, e além disso os direitos civis e políticos da população foram retirados. Portanto, a cidadania não tinha espaço naquela época. Contudo, com os gritos nas ruas pela Campanha das Diretas Já, ela foi gradativamente reconquistada. De acordo com Silva (2011, p. 99 apud Moraes; Adghirni, 2011, p. 08), o conceito de cidadania pode ser definido como uma atividade de autoconstrução do indivíduo social, participante ou não da vida pública e com a visão do que seria melhor para todos.

No entanto para Warat (2001, p. 156 apud Moraes; Adghirni, 2011, p. 05), cidadania significa ter opinião e ter direito a expressá-la, podendo decidir por si mesmo. Desse modo, ele ainda considera que o futuro da cidadania e dos direitos humanos é a mediação realizada pela imprensa, no qual colabora para configurar a experiência cotidiana das pessoas. Os conteúdos jornalísticos acabam sendo considerados como uma das fontes para que o cidadão conheça os seus direitos e para que possam também usufruir deles.

Entendido dessa maneira, os jornais seriam as instituições que forneceram as informações públicas que por sua vez localizaram o cidadão na sociedade, permitindo o exercício dos demais direitos de cidadania. Desse modo, a liberdade de expressão, liberdade de imprensa e o direito à informação são direitos-chave para a democracia moderna (Gentili, 2012, p. 7).

Contudo, nessa perspectiva moderna, o que está ao alcance do público é uma sociedade midiática. Ao fazer o exercício de observar o que está ao redor, tanto individualmente como coletivamente, percebemos que todos encontram-se rodeados de palavras, ideias e imagens. Todos esses elementos consequentemente dizem o que é a realidade naquele momento, sendo que a legitimação deles são por meio de terem

sido abordados ou não nos veículos de comunicação.

É o que se deduz, por exemplo, de diálogos cotidianos e rotineiros, ouvidos com muita frequência, como quando alguém diz: Interessante, acabou a greve! E se o interlocutor pergunta por que, a resposta é rápida e convincente: Não se vê mais nada na TV! Não há mais nada nos jornais! Pois é a isso que me refiro: alguma realidade, algum fato nos dias de hoje existe, ou deixa de existir, se é ou não veiculado pelos meios de comunicação. A mídia tem, na contemporaneidade, o poder de instituir o que é ou não real, existente (Guareschi, 2007, p. 9).

Nesse sentido, como diz Moscovici (2002, p. 205 apud Guareschi, 2007), “as representações sociais se construindo, por assim dizer, diante de nossos olhos, na mídia, nos lugares públicos, através desse processo de comunicação que nunca acontece, contudo, sem alguma transformação”. A imprensa ao mostrar a campanha das Diretas Já acabou contribuindo para uma futura transformação com a redemocratização. Assim, podemos voltar à discussão sobre o papel do jornalismo na manutenção da democracia.

## **JORNALISMO E DEMOCRACIA**

A afirmação de que “Nenhuma democracia sobrevive sem uma imprensa livre e nenhuma ditadura sobrevive com uma imprensa livre”, com essas palavras, é do autor Jorge Pedro Sousa (2002), mas há outros autores que também apontam ter a autoria da frase. Apesar disso, a alegação é utilizada para orientar e fundamentar a relação entre jornalismo e democracia. Além de exemplificar o valor da atividade jornalística no período da redemocratização brasileira, principalmente na cobertura da campanha das Diretas Já.

A importância de uma imprensa livre também é apontada por Kovach e Rosenstiel (2004), como um fator crucial para atender a principal finalidade do jornalismo: fornecer informações necessárias para os cidadãos serem livres e se autogovernar. Essa ideia é ainda reforçada com a afirmação: “O jornalismo é um sinônimo de democracia, ou, noutras palavras, você não pode ter jornalismo sem democracia” (Carey, 1996). Contudo, em meio ao cenário ditatorial do regime militar, ambos não tinham vez.

De acordo com Wolton (2004, p. 197 apud GUARESCHI, 2007), “não existe democracia sem comunicação e, por comunicação, deve-se entender as mídias e sondagens, mas também o modelo cultural favorável à troca entre elites, dirigentes e cidadãos”. A relação entre democracia e jornalismo acontece por meio de uma troca entre as instâncias da sociedade.

Para Curran (1996, apud Soares, 2009), a relação entre jornalismo e democracia baseia-se em dois conceitos essenciais: a mídia como representação do público, e fonte de informação pública. A imprensa tendo o papel de representar o cidadão, acaba

expondo seus argumentos para os governantes e cedendo o espaço para o debate em prol do “bem comum”. Além disso, com a função informativa do jornalismo, também promove a formação de uma opinião pública sobre a sua realidade cotidiana.

Para essa concepção de democracia, a imprensa deveria oferecer informação, indicando quais os interesses de indivíduos e de grupos que estão em jogo. Os meios deveriam ajudar a mobilizar as pessoas a participarem e a promoverem seus argumentos. Em terceiro lugar, os meios deveriam tornar as autoridades conscientes do conteúdo e força das demandas populares (Soares, 2009, p. 106).

Na formação da opinião pública, o jornalismo contribui para estabelecer uma arena para um debate conforme as demandas da sociedade. Além disso, de acordo com McQuail (2002 apud SOARES, 2009, p. 109), a comunicação de massa tornou-se um elemento vital ao processo democrático, pois por meio das discussões públicas, autoridades tornam-se conhecidas, tendo a possibilidade de veicular opiniões e informações diversas. Com isso Soares (2009), aponta que a democracia identifica-se pela realização de eleições, tornando um método de transferências de poder sobre as decisões das questões políticas, legislativas e administrativas.

Nesse cenário a atuação participativa de cada indivíduo, muitas vezes por meio do voto, pode ser considerado como “o termômetro que mede a democracia numa sociedade é o mesmo que mede a participação dos cidadãos na comunicação” (Souza apud Guareschi, 2007). Entretanto, para participar do processo da imprensa, é necessário que ela esteja livre. A liberdade de imprensa é garantia de alguns benefícios, por conta disso, a mídia não pode estar sob o comando de monopólios ou oligopólios. Ao estar nas mãos de poucos não colabora com a difusão de uma pluralidade de vozes, um dos conceitos defendidos pela democracia.

Tanto é que, em 2004 surgiu uma mídia alternativa, com algumas características democráticas. O podcast por proporcionar uma facilidade para produção e veiculação, trouxe a possibilidade do próprio ouvinte também participar desse meio de comunicação. O que a longo prazo, pode colaborar para uma evolução da relação entre a democracia e o jornalismo.

### **O PODCAST: UMA MÍDIA ALTERNATIVA**

O jornalismo em sua relação vital com a democracia, procura por muitas vezes proporcionar um espaço para mais vozes serem ouvidas. Entretanto, os veículos comunicativos tradicionais acabam centralizados nas mãos de poucos. Segundo dados do Intervozes, de 2017, a mídia brasileira está concentrada em quatro principais grupos. “Sendo neles concentrada uma audiência nacional exorbitante em cada segmento analisado (TV, rádio, mídia impressa e online), ultrapassando 70% no caso da televisão aberta, meio de comunicação mais consumido no país” (Intervozes, 2017).

Em uma alternativa de mudar este cenário, surge em 2004 o podcast. A nova mídia acaba por ser ideal para a realização do “Eu quero votar para presidente”, um podcast que procura analisar a cobertura da imprensa goiana durante a campanha das Diretas Já, idealizado e produzido, a partir deste trabalho.

De acordo com um relatório de 2020, da Voxnet, uma empresa americana especializada em indústria de áudio, em 2019 o Brasil foi apontado como o “País do podcast”, além de ter sido considerado como o segundo país que mais consome o formato, ficando atrás somente dos EUA. O ano de 2020 foi quando o mercado de produção de podcast no Brasil cresceu em velocidade, ultrapassando países como Inglaterra e Canadá. Para se ter uma ideia, só entre janeiro e maio deste ano houve um aumento de 103% em novas produções voltadas para conteúdos locais.

O fato que explica tamanha popularização é o novo formato ser uma das alternativas midiáticas que possibilitam promover uma descentralização das mídias tradicionais. Segundo Medeiros (2006), para produzir um podcast não é necessário muita coisa, basta ter um microfone, um computador, um software de áudio e uma conexão à internet. Além disso, o autor ainda afirma que a nova mídia propõe o “poder de emissão”, no qual o ouvinte poderá decidir ouvir o conteúdo a qualquer momento que preferir.

O podcast surgiu nos Estados Unidos, a partir da utilização da ferramenta RSS (Really Simple Syndication), que notifica os usuários sobre a atualização de conteúdo publicados na internet sem que o usuário precise acessar o site novamente. O dispositivo também garante o download automático dos arquivos de áudio, dando a possibilidade do usuário ouvir quando preferir. Inicialmente a ferramenta funcionava com arquivos de texto nos blogs, porém Adam

Curry criou o RSS to I-pod visando disponibilizar uma adaptação para os arquivos de áudio nesse sistema (Luiz, 2014).

Assim a nova forma de transmissão de dados ficou conhecida como podcasting, a junção do prefixo pod, oriundo da iPod e casting de broadcasting, que é a transmissão pública e massiva de informações. O termo foi usado pela primeira vez pelo jornalista Ben Hammersley, no jornal The Guardian, em fevereiro de 2004, por meio de uma sugestão de nome para definir a forma de transmissão de entrevistas realizadas por ele (Luiz, 2014). Entretanto, mesmo com o nome associado ao iPod, a mídia não ficou exclusivamente para uso nele. O nome sugerido popularizou-se, tornando assim o Podcast a definição corrente para os programas em áudio que começaram a ser produzidos.

No mesmo ano do surgimento, o formato chegou ao Brasil. Segundo Luiz e Assis (2010), as primeiras produções brasileiras eram semelhantes às nortes americanas, lembrando programas de rádio ao vivo, com pouca ou nenhuma edição. Aliás, há uma discussão se o podcast seria um conceito de rádio pela internet. Segundo Meditsch (1999 apud Bufarah, 2003, p. 10), essa nova mídia é na verdade mais fonográfica, não sendo caracterizada como radiofônica, por não ter sua reprodução ao vivo, em tempo

real.

De acordo com Vanassi (2007), os podcasts em contrapartida do rádio devem estar disponíveis e acessíveis na internet. “Pois uma das principais características do podcasting é a liberdade oferecida para o ouvinte poder baixar e escutar os programas disponibilizados quando quiser, conforme sua vontade” (Vanassi, 2007, p. 56). Contudo, a diferença também pode ser observada na produção descentralizada dos grandes veículos tradicionais e convencionais, além da própria mediação. O podcast trouxe a possibilidade do ouvinte “pôr no ar” conteúdos que ele gostaria de ouvir, mas não encontraria habitualmente. (Kischinhevsky; Herschman, 2008).

Inicialmente, os podcasts eram, na maioria, sequências de músicas da predileção do internauta. Mas, rapidamente, os programas/ episódios passaram a se sofisticar, mesclando locuções, efeitos sonoros, trilha. Na maioria dos casos, os conteúdos permanecem presos aos formatos de programas do rádio analógico. Contudo, vêm ganhando força outras formas de expressão que transcendem a gramática das emissoras comerciais, como a veiculação de análises, palestras e debates (Kischinhevsky; Herschmann, 2008, p. 8).

De acordo ainda com Kischinhevsky (2018), nos primeiros anos a mídia foi entendida como mais um exemplo da cultura participativa e até mesmo colaborativa, advinda da lógica do faça-você-mesmo (do it yourself). Entretanto, durante a história desse meio de comunicação, houve um período de desaceleração em avanços entre 2006 e 2010, por dificuldade de consolidação da nova mídia. Em seu retorno, o podcast sofreu uma

diversificação que o tornou mais com caráter informativo, o que conquistou novamente as audiências massivas, não apenas com entretenimento, mas também com o jornalismo.

Diante deste cenário, o podcast conseguiu se consolidar como uma mídia alternativa também para o jornalismo, como uma ferramenta utilizada para “destrinchar a pauta e trabalhar em suas várias ramificações, de maneira aprofundada, humanizada e através de outros pontos de vista” (Sousa, 2018, p. 58). Assim, Luiz e Assis (2010), afirmam ser inegável o grande volume de informação advinda da produção dos diversos podcasts existentes, muitos dos quais dedicados a nichos que não encontram espaço na mídia tradicional.

O formato do podcast ressalta o aspecto interativo e livre tanto de consumo quanto de produção. Segundo Luiz e Assis (2010), a interatividade com os ouvintes e a facilidade de quem consome também conseguir produzir essa mídia, altera o conceito conhecido de receptor passivo, podendo o considerar ativo, se tornando ainda ao mesmo tempo um emissor. Neste cenário a mídia alternativa acaba sendo um meio para que as outras vozes, não tão presentes nos veículos tradicionais, tenham a oportunidade de

serem ouvidas.

## **O PODCAST - EU QUERO VOTAR PARA PRESIDENTE**

O podcast “Eu quero votar para presidente” se propõe a ser uma voz democrática sobre a cobertura da imprensa goiana, durante a campanha das Diretas Já. Nesse sentido, o produto procura ouvir e ampliar as vozes dos personagens que viveram este momento histórico da redemocratização, contando uma nova versão da história desta época. A mídia proporciona “um segmento específico que busca promover a aproximação do público com determinados conteúdos” (Silve; Lemos, 2020, p. 6).

Uma característica da mídia alternativa é a possibilidade de acessar programas antigos, ampliando a oportunidade de uma maior distribuição de informação sobre períodos históricos. “Já que o ouvinte pode buscar um episódio antigo que contenha determinado assunto de seu interesse, o que faz com que vários podcasts procurem gerar conteúdo atemporal” (Luiz; Assis, 2010, p. 13). Relembrando que o jornalismo participa da reconstrução da realidade, o público que consome podcast ocasionalmente cria sentidos ao alcançar o conhecimento por meio dessas produções.

Ao tornar-se ouvinte, o sujeito passa a reconhecer o valor simbólico empregado naquele conteúdo específico, apresentando comportamentos voluntários e conscientes enquanto se propicia o conhecimento e a emoção por estar ali envolvido com a temática. O ouvinte é atraído por um determinado programa, cujo conteúdo é capaz de proporcionar uma experiência sensorial e cognitiva provocadora e interessante (Silve; Lemos, 2020, p. 7).

O podcast “Eu quero votar para presidente” é um produto realizado conforme os aspectos do storytelling e do radiojornalismo narrativo. A mídia procurou proporcionar ouvir e dar voz ao lado da história de quem contou, os jornalistas da década de 1980, além de historiadores que estudaram o período. O produto resultou numa série de cinco episódios, sendo em média dez minutos cada, partindo da temática geral histórica e aprofundando na atuação da imprensa nas etapas do processo de redemocratização.

De acordo com Primo (2005, p. 1), “podcasting é um processo midiático que emerge a partir da publicação de arquivos de áudio na internet”. Nesse sentido, este produto está disponível nos principais canais de streaming de áudio de música. A periodicidade do podcast é opcional, pois com a utilização do feed RSS, o usuário é notificado quando houver conteúdo disponível (Assis, 2014). No caso do “Eu quero votar para presidente” a série é fechada e foi pensada para seguir a dinâmica de um episódio por semana.

Uma das técnicas utilizadas no produto é o Storytelling. De acordo com Sunwolf (2005), a ferramenta surgiu com a necessidade das pessoas de contar histórias, e é considerado como uma forma de se socializarem e transmitirem a cultura entre as

gerações. “Os seres pensam, percebem, imaginam e fazem escolhas morais de acordo com as estruturas narrativas” (Sunwolf, 2005, p. 306). Uma das características do podcast, segundo Kischinhevsky (2018), é justamente o uso do radiojornalismo narrativo, a partir de uma construção narrada de fatos, em conjunto com uma rica descrição de ambientes e situações.

O próprio meio da mídia radiofônica traz elementos que contribuem de uma forma fundamental para promover uma sensação de imersão. “Como a possibilidade de reconstituição sonora de áudios históricos, a entonação e o envolvimento emocional que a voz humana pode proporcionar” (Viana, 2018, p. 8). O podcast passa os limites de uma barreira de ser só mais uma mídia de áudio, sendo possível alcançar os outros sentidos de quem consome para uma experiência otimizada.

Neste cenário de comunicação entre as mídias, Luiz e Assis (2010), afirmam que existe uma relação entre o arquivo de áudio, nesse caso o podcast, e um arquivo de texto que contribui para divulgá-lo, no codinome da internet é conhecido por feed ou melhor dizendo a descrição/ legenda. Além da parte da sinopse sobre o podcast, em cada episódio a sua arte de imagem é levada em conta. “Somos atraídos pelo visual, especialmente porque temos cerca de 8 segundos para causar uma primeira boa impressão. Assim como o título pode ser fator

determinante para o clique, a capa também é, e arrisco dizer, talvez até mais” (Carvalho, 2017).

O podcast “Eu quero votar para presidente” tem como sua arte, a junção das fotografias dos jornais da época de 1980, com recorte em destaque a cinco manchetes chaves, sendo que elas são os nomes dos cinco episódios. O plano de fundo da arte é uma fotografia do jornalista Hélio Nunes, um dos nomes que participaram da cobertura da campanha e retratou a aglomeração na Praça Cívica em 1984.

Figura 01: Arte capa “Eu quero votar para presidente”.



(Criação: Alice Fernandes sob imagem de Hélio Nunes)

A busca pela produção local em específico, além de valorizar o trabalho dos jornalistas, é um dado para as reflexões advindas da análise produzida por meio da mídia. Tanto é que foram utilizados áudios históricos do acervo videográfico do Museu da Imagem e do Som de Goiás, que têm as produções jornalísticas da TV Brasil Central (TBC). E também cada episódio foi nomeado a partir dos títulos de matérias produzidas pelo jornal O Popular 7 dos anos de 1983, 1984 e 1988. Neste sentido são esses os episódios e eles foram divididos desta forma:

1. PMDB lança hoje a sua campanha por eleições diretas- O processo de redemocratização brasileira aconteceu devido ao país ter sofrido um período de ditadura dos militares. O retorno para a democracia teve um início de abertura política lenta, gradual e segura, mediado pelos militares, como definia o general Ernesto Geisel. E dentre várias ações desse período em junho de 1983, foi dada a largada para os comícios da campanha das Diretas Já. Este episódio propõe contextualizar a ditadura militar e apresentar os preparativos da campanha das Diretas Já.

2. O dia D das Diretas Já - A campanha das Diretas Já surge no cenário do clamor social, juntamente com outros movimentos sociais da década de 1980. Eles uniram forças num sentimento comum, em prol da democracia principalmente no

ano de 1984. Este episódio propõe levar o ouvinte por meio dos áudios históricos para dentro dos comícios das Diretas Já que aconteceram em Goiânia, nos anos de 1983 e 1984.

3. Iris quer Goiânia na praça pedindo Diretas Já - Os comícios foram uma bonita demonstração social de que o povo queria votar para presidente. Entretanto, a votação não passou, a democracia não voltou e a imprensa goiana cobriu como pode. Este episódio propõe pontuar sobre os resultados da votação da emenda Dante de Oliveira, além de trazer um debate sobre a atuação da imprensa goiana durante a cobertura da campanha das Diretas Já e com isso apresentando um exemplo de mídia alternativa goiana, a Projornal.

4. Resgate da esperança- A votação da emenda Dante de Oliveira não passa pelo congresso, novamente um presidente é eleito indiretamente, será que a luta foi em vão? Os caminhos da Diretas Já, após os comícios, tendo a promulgação de uma nova Constituição em 1988 e o retorno a eleição direta para presidente acontece em 1989, sendo eleito Fernando Collor. Este episódio propõe compreender a importância da Constituição Federal de 1988 e os avanços apresentados por este documento em relação principalmente aos direitos sociais, civis e políticos.

5. ABI elogia liberdade de imprensa - Após o retorno da democracia, ela ainda não é uma situação garantida em 2021. O que mudou da redemocratização para os dias atuais? Como a imprensa está no momento? Este episódio propõe realizar um balanço dos caminhos da democracia na atualidade.

A partir do apresentado o nome do produto foi escolhido por meio da análise do material histórico no decorrer da pesquisa de campo. Durante os comícios das Diretas Já era comum terem a apresentação de músicos, além dos políticos que apoiavam a campanha. Tanto é que no comício do dia 25 de janeiro, na Praça da Sé em São Paulo, foi cantado por um artista cuja identidade é desconhecida, os seguintes versos: "É um eleitorado novo, e o novo já diz o que sente. Eu quero votar, eu quero votar para presidente". Além de ser a vinheta do podcast, foi utilizado como inspiração para o nome, por representar um desejo social da época.

Para a produção do podcast foram realizadas entrevistas por meio de ligações de telefone, devido ao cenário de pandemia em 2021. A escolha das fontes, não foi por acaso, pois, em sua grande maioria são os jornalistas goianos que atuaram na imprensa na década de 1980. São eles: Francisco Barros do Tribuna da Luta Operária, Cileide Alves e Jales Naves da Projornal, Joãoimar Brito professor de jornalismo, o Luiz Signates jornalista recém formado e a professora Nuria Menezes, especialista em direito constitucional.

## **LINHA EDITORIAL**

O podcast "Eu quero votar para presidente", por tratar de uma temática histórica

e social, em outras palavras uma proposta democrática, tem como sua linha editorial a utilização de uma linguagem simples e narrativa baseada no público alvo desta produção. O produto busca ser um meio acessível, já que para consumir basta somente ouvir e assim abranger para mais ouvintes no geral. Além disso, será disponibilizada a transcrição dos áudios para que o podcast possa ser consumido também pelas pessoas com alguma deficiência auditiva.

A produção tem como valores defender e garantir a ampla cidadania e a plena democracia para todos. No qual haja e prevaleça sempre o respeito com todos e a vontade

soberana do povo perante o governo. Além disso, o produto também propõe uma dinâmica de observatório da imprensa.

Os veículos de comunicação têm papel importante na difusão de símbolos, ideias e valores. O público reflete, adere ou descarta a influência dos meios. Por este motivo, o debate e a reflexão sobre a mídia são indispensáveis para que esses valores sejam analisados de forma cidadã (Tuzzo; Oliveira; Medeiros, 2012, p. 9).

A ideia do Observatório da Imprensa surge da perspectiva de analisar de uma maneira crítica a cobertura da imprensa goiana da campanha das Diretas Já. O objetivo seria observar como a atuação jornalística naquela época aconteceu e, se por caso tenha colaborado para a construção da memória, pela percepção do que era a realidade em 1980, sendo o público alvo da mídia também quem viveu este período.

## **PÚBLICO-ALVO**

O podcast “Eu quero votar para presidente” por se tratar de um tema histórico tem como público alvo os historiadores, jornalistas, estudantes de jornalismo e pessoas que se interessem pela temática da redemocratização brasileira, abrangendo os anos de (1983-1988). O recorte do período histórico busca resgatar na memória social o que representou a ditadura militar e o quanto a democracia se tornou vital para a liberdade de direitos e o funcionamento do jornalismo.

Segundo Boschi (2019), a importância de estudar história é que passado, por mais que ninguém possa voltar no tempo e mudá-lo, oferece elementos que ajudam a explicar o presente e ao ter conhecimento dos fatos, há a possibilidade evitar a repetição no futuro. “É possível observar na contínua produção jornalística a recorrência de notícias que narram histórias e conflitos que se repetem ao longo dos anos, com diferentes personagens e cenários” (Motta; Costa; Lima, 2004, p. 34).

O produto busca lembrar os caminhos da redemocratização brasileira, com o objetivo de contar um pouco da versão goiana dessa história. O que colabora também para reforçar os valores básicos para o funcionamento saudável de uma sociedade,

que são o estado democrático de direito e a liberdade de imprensa.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Pela análise realizada por este trabalho pode-se notar que a atuação da cobertura da imprensa goiana foi presente durante a campanha das Diretas Já. Houve matérias jornalísticas sobre os dois comícios que aconteceram na capital Goiânia, principalmente nos veículos de jornal impresso, já que na época eram populares e tinham o alcance de centenas de pessoas.

O período da redemocratização por ainda abranger a parte final da ditadura militar, ocasionou uma dificuldade na atuação da imprensa. Fato esse que é explicado devido a censura vigente de 1964 a 1985. As produções jornalísticas por muitas vezes eram na base das fontes oficiais e não era possível contrapor o governo dos militares ou questionar os atos cruéis dos quais se tinha ideia que aconteciam.

A censura imposta colaborou para o surgimento de uma imprensa alternativa. No contexto goiano, podemos citar a Cooperativas de Jornalista, a Projornal, em que foi realizada a cobertura das Diretas Já, com o objetivo de fornecer material jornalístico para outros veículos e ou até mesmo empresas.

O jornalismo exercendo o seu papel de informar a população para que ela possa se autogovernar, colaborou para os debates em prol de um estado democrático. Essas discussões cooperaram para a construção da Nova Constituição Federal de 1988, a Constituição Cidadã, no qual foram ouvidas as demandas de diferentes grupos da sociedade.

Em geral, a atuação da imprensa goiana não apresentou uma diferença comparada com o contexto nacional. Entretanto, o fato de o primeiro comício das Diretas Já ter acontecido em Goiânia, no dia 15 de junho de 1983, aponta para uma cobertura de jornalismo de proximidade. Os goianos puderam acompanhar de perto a campanha aqui, além disso a proximidade com Brasília também colaborou para uma atuação conforme a imprensa nacional. Dessa maneira, muitas pessoas tiveram contato com a campanha das Diretas Já por meio da produção jornalística, sendo que isso contribuiu para a memória social do período histórico também.

A história da redemocratização brasileira, pelo olhar da perspectiva goiana, apresenta essa relevância. E o podcast "Eu quero votar para presidente" busca contribuir para a construção constante dos acontecimentos históricos do Brasil e de Goiás. Portanto, o produto é apresentado para relembrar o que já aconteceu, pondera os principais fatos e propõem uma reflexão de como pode se manter o exercício da democracia e o do jornalismo livres. Pois, relembrar é evitar que períodos conturbados, como o da ditadura, voltem a acontecer novamente na história do Brasil.

## REFERÊNCIAS

BARBOSA, Isabella Cabral. JORNALISMO NARRATIVO EM PODCAST: UMA ANÁLISE DA LINGUAGEM, DA MÍDIA E DO CENÁRIO . 2015. 72 f. TCC (Graduação) - Curso de Jornalismo, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

BARBOSA, Mariana de Oliveira Lopes. A comunicação popular, o debate e o processo constituinte no Brasil (1977-1988). 2012. 199 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de História, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2012. Disponível em: <https://repositorio.bc.ufg.br/tede/bitstream/tede/2332/1/Mariana%20de%20Oliveira%20Lopes%20Barbosa.pdf>. Acesso em: 20 mar. 2021.

BAZAGA, Rochelle Gutierrez. As “Diretas Já”: Uma Análise Sobre O Impacto Da Campanha No Processo De Transição Política Brasileira. Anpuh Brasil, Natal - Rio Grande do Norte, v. 0, n. 0, p. 1-10, jul. 2013.

BORGES, R. M. R. e de LIMA, A. P. (2017). História da imprensa goiana: dos velhos tempos da Colônia à modernidade mercadológica. Revista UFG, 10(5). Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br/revistaufg/article/view/48211> Acesso em 24 maio 2021.

BOSCHI, Caio César. Por que estudar história? Sociedade Mineira de Cultura – Editora PUC Minas, 2019.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil (1988), Capítulo V – DA COMUNICAÇÃO SOCIAL, Art. 220. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm) Acesso em 28 de mar. 2021.

BUENO, Eduardo. Brasil: uma história. 2. ed. São Paulo: Leya, 2020. 480 p.

BUFARAH, Álvaro . Rádio na internet: convergência de possibilidades. In: Trabalho apresentado no Núcleo de Mídia Sonora, XXVI Congresso Anual em Ciências da Comunicação, Belo Horizonte/MG. 2003.

CARVALHO, José Murilo de. Cidadania no Brasil. O longo Caminho. 3a ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

CHAUÍ, Marilena; NOGUEIRA, Marco Aurélio. O pensamento político e a redemocratização do Brasil. Lua Nova, São Paulo, n. 71, p. 173-228, 2007 . Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-64452007000200006&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-64452007000200006&lng=en&nrm=iso). Acesso em: 03 Mar. 2021.

<https://doi.org/10.1590/S0102-64452007000200006>. FAUSTO, Boris. História do Brasil. São Paulo: Edusp, 1994.

FERREIRA, Lucia Maria Alves; RIBEIRO, Ana Paula Goulart. Mídia e memória: a produção de sentidos nos meios de comunicação. 1. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, v. 1, p. 57-71, 2007.

GUARESCHI, Pedrinho Arcides. Mídia e Democracia: o quarto versus o quinto poder. Revista Debates, [S.L.], v. 1, n. 1, p. 6, 6 dez. 2007. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. <http://dx.doi.org/10.22456/1982-5269.2505>.

GENTILLI, Davi Lopes. Direito à Informação e direito à comunicação: o percurso do jornalismo na constituição da cidadania. In: Anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom. 2012.

GREVETTI, Rodrigo Binotto. A comunicação social no contexto constitucional brasileiro: incursão aos preceitos constitucionais que regem a comunicação social no Brasil. Incursão aos preceitos constitucionais que regem a comunicação social no Brasil. 2004. Disponível em: <https://www.direitonet.com.br/artigos/exibir/1609/A-comunicacao-social-no-contexto-constitucional-brasileiro>. Acesso em: 18 maio 2021.

HERSCHMANN, Micael; KISCHINHEVSKY, Marcelo. A “geração podcasting” e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento. Disponível em: <[http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_263.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_263.pdf)>. Acesso em 13 abr 2021.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio em episódios, via internet: aproximações entre o podcasting e o conceito de jornalismo narrativo. Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación, Santiago de Compostela, v. 5, n. 10, p. 74-81, 2018.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir. 2ª edição. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

LOHN, Reinaldo Lindolfo. Democratização brasileira: memória histórica e narrativa da imprensa (1974-1990). Anais do XIV Encontro Estadual de História-Tempo, memórias e expectativas, 19 a 22 de agosto de 2012, UDESC, Florianópolis, SC, 2012.

LOHN, Reinaldo Lindolfo. Um longo presente: O papel da imprensa no processo de redemocratização - a Folha de São Paulo em 1974. Revista Tempo e Argumento, Florianópolis, v. 5, n.10, p. 72 - 107, jul./dez. 2013.

LOHN, Reinaldo Lindolfo. História do tempo presente: oralidade, memória, mídia / Janice Gonçalves, organizadora. - História, política e mídia no Brasil em redemocratização - Itajaí, SC: Casa Aberta, 2016.

LUIZ, Lucio. Reflexões sobre o Podcast. Nova Iguaçu, Rio de Janeiro: Marsupial Editora, 2014.

LUIZ, Lúcio; ASSIS, Pablo. O Podcast no Brasil no Mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais. Intercom Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Caxias do Sul, RS, p. 1-15, 2010. XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Caxias do Sul, RS. 2010.

MACEDO, Michelle Movimento pela democracia: a luta política do PCdoB na imprensa alternativa durante o processo de redemocratização brasileira (1979) Estudos Ibero-Americanos, vol. 43, núm. 1, janeiro-abril, 2017, pp. 204-217 Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul Porto Alegre, Brasil

MEDEIROS, Macello Santos de. Podcasting: Um Antípoda Radiofônico. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Brasília, DF, p. 1-11, 2006. XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UnB – 2006.

MORAES, Francilaine Munhoz; ADGHIRNI, Zélia. Jornalismo e Democracia: o papel do mediador. E-Compós, [S.L.], v. 14, n. 2, p. 1-15, 30 jan. 2012. E-compos. <http://dx.doi.org/10.30962/ec.642>. Acesso em 05 abr. 2021

MOTTA, L; COSTA, G; LIMA, J. Notícia e construção de sentidos: análise da narrativa jornalística. Revista Brasileira de Comunicação, São Paulo, Volume XXVII, nº2, pp.31-51, julho/dezembro de 2004.

OLIVEIRA, Eduardo Julich. A PRAÇA É DO POVO — CULTURA POLÍTICA, TRANSIÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DEMOCRÁTICAS NO BRASIL (1979 - 1989) — O CASO DE GOIÁS. Goiânia , 2002. Dissertação (Sociologia) - Universidade Federal de Goiás.

ONU. Declaração Universal dos Direitos do Homem (1948). Paris: Organização das Nações Unidas. Disponível em: [http://www.mp.go.gov.br/portalweb/hp/7/docs/declaracao\\_universal\\_dos\\_direitos\\_do\\_homem.pdf](http://www.mp.go.gov.br/portalweb/hp/7/docs/declaracao_universal_dos_direitos_do_homem.pdf) Acesso em 28 mar. 2021

PILAGALLO, Oscar. O que foi a ditadura militar: a árdua reconquista da democracia. 2021. Folha de São Paulo. Disponível em:

<https://folhasp.lpages.co/campanha-o-que-foi-a-ditadura-menu-aulas/>. Acesso em: 10 mar. 2021.

PRIMO, Alex. Para além da emissão sonora: as interações no podcasting. Intexto, Porto Alegre, RS, n. 13, p. 64-87, dez. 2005. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/4210>. Acesso em: 20 mar 2021.

RIDENTI, Marcelo. Censura e ditadura no Brasil, do golpe à transição democrática, 1964-1988. Revista Concinnitas, v. 19, n. 33, p. 86-100, 2018.

SÁ, Israel de. Ditadura no Brasil e produção de memórias: o papel da grande mídia na construção de sentidos históricos. EID&A - Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação, Ilhéus, n. 16, esp. "Discurso e argumentação na política latino-americana", p. 133-151, set.2018.

SANTOS, Valdenor Cabral dos. DO GOLPE À DISTENSÃO: O ENREDO POLÍTICO DAS DIRETAS JÁ EM GOIÁS. 2018. 148 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de História, Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2018. Disponível em: <http://tede2.pucgoias.edu.br:8080/handle/tede/3995>. Acesso em: 10 mar. 2021.

SANTOS, Vicente Saul Moreira dos. "Todo artista tem de ir aonde o povo está": O movimento político das Diretas já no Brasil 1983-1984. Antiteses, São Paulo, v. 8, n. 15, p. 294-315, nov. 2015.

SCHRAMM, Luanda. Dilemas democráticos e midiáticos contemporâneos: apontamentos epistemológicos e normativos para a compreensão das relações entre mídia e democracia. In: Revista de Ciências Sociais – UFC. Vol. 39. Número 2. 2008. p. 9-21. In: Revista Internacional da Comunicação, Porto Alegre, RS, v. 2, n. 13, p. 1-23, 2005.

SILVE, Isabelle Marie; LEMOS, Ariane Barbosa. Consumo de Podcasts e Produção de Sentidos: análise do Programa "Mamilos – Jornalismo de Peito Aberto. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Divinópolis, v. 1, n. 43, p. 1-15, 10 dez. 2020. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/eventos/2020/resumos/R15-1734-1.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2021.

SILVEIRA, Patrícia; MARÔPO, Lídia. Jornalismo E Construção Social Da Realidade: Um Contributo Para O Debate Teórico. Revista Comunicando, Lisboa, v. 3, n. 0, p. 7-19, mar. 2014

SOARES, MC. Representações, jornalismo e a esfera pública democrática. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. 272 p. ISBN 978-85-7983-018-1.

SOUSA, Carolina Vieira Rocha de. Podcast: novas possibilidades para o radiojornalismo na era da convergência midiática. 2018. 61 f. Monografia (Graduação) - Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2018.

SOUSA, Jorge Pedro. Por que as notícias são como são? Construindo uma teoria da notícia. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. 2002. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-construindo-teoria-da-noticia.pdf> . Acesso em: 13 mar 2021.

SOUZA, Kalyne Menezes; BORGES, Rosana Maria Ribeiro. Jornal Top News (1973-1983) E Cooperativa De Jornalistas De Goiás (Projornal): Enfrentamentos Da Imprensa Alternativa À Ditadura Militar. Revista Panorama - Revista de Comunicação Social, Goiânia, v. 10, n. 1, p. 14-18, set. 2020. ISSN 2237-1087. Disponível em: <<http://seer.pucgoias.edu.br/index.php/panorama/article/view/8358>>. Acesso em: 25 maio 2021. doi:<http://dx.doi.org/10.18224/pan.v10i1.8358>.

SUNWOLF, J. D. Era uma vez, para a alma: uma revisão dos efeitos do storytelling nas tradições religiosas. Comunicação & Educação, [S. L.], v. 10, n. 3, p. 305-325, 2005. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/37544> . Acesso em: 20 mar 2021.

TAVARES, F. de M. B. Entre a realidade jornalística e a realidade social: o jornalismo como forma de acesso ao cotidiano. E-Compós, Brasília, v. 15, n. 1, p. 1-16, 2012. Disponível em: <<http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/740>>. Acesso em: 24 mar. 2021.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são. 2 ed. Florianópolis: Insular, 2005.

TUCHMAN, Gaye. As notícias como uma realidade construída. In: ESTEVES, João Pizarra. Comunicação e sociedade. Lisboa: Livros Horizonte, 2009. p. 93-106.

TUZZO, S. A., OLIVEIRA, T. M. de, & MEDEIROS da Silva, M. L. (2012). Observatório de Mídia e Cidadania: interações entre a reflexão acadêmica e a sociedade midiaticizada. Comunicação & Informação, 14(1), 3-13. <https://doi.org/10.5216/c&i.v14i1.21495>

VANASSI, Gustavo Cardoso. Podcasting como processo midiático interativo. Orientador: Ms. César Steffen. 2007. 73 f. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Comunicação Social, Habilitação em Publicidade e Propaganda) - Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, RS, 2007.

VIANA, L. Áudio imersivo: recurso binaural na construção de narrativas em podcasts ficcionais de drama. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 41., 2018, Joinville. Anais [...]. Joinville: Intercom, p. 1-15, 2018.



## **AS BARREIRAS ENFRENTADAS POR NEGROS EM GOIÁS: UMA ANÁLISE DAS TV ANHANGUERA E TV UFG EM PODCAST**

**JULIA ALVES DO CARMO  
PROFa. DRA. AIANE DE OLIVEIRA VIEIRA**

### **INTRODUÇÃO**

Apesar de diversos progressos e conquistas ao longo da história, o negro ainda se vê obrigado a lidar com as mais diversas barreiras e obstáculos sociais. Além de atitudes, estereótipos, preconceito e discriminação, os quais põem em dúvida sua capacidade e os oprimem em sociedade.

No campo jornalístico, especificamente no telejornalismo, não é diferente. O número de pessoas pretas no telejornalismo é bem menor comparado ao de pessoas brancas. Conforme dados publicados pelo “Perfil dos jornalistas Brasileiros”, em 2021, um estudo que contou com a participação de mais de 7 mil profissionais de jornalismo de todo o país, apenas 30% deles são pretos. Diante desse aspecto, é notória a baixa inclusão de pessoas pretas na unidade jornalística profissional.

Isso mostra que apesar do estabelecimento da lei nº 12.288 e cotas como a reserva de pelo menos 50% das vagas para estudantes cujas famílias tenham renda igual ou inferior a um salário mínimo e meio per capita que asseguram os seus direitos à cidadania e à educação, ainda há uma forte ausência desse grupo na profissão. Em Goiás, segundo Lima (2014), o telejornalismo goiano teve seu início na década de 1960 com a criação da primeira emissora, a TV Rádio Clube.

Na época a qualidade da produção era considerada baixa, uma vez que, possuíam poucos aparelhos para fazerem a transmissão. E desde seu início o telejornalismo goiano não é plural, poucas personalidades negras foram destacadas como relevantes para o jornalismo, tendo como destaque, Leodegária Brazília de Jesus que publicou o primeiro livro de poesia de autoria feminina em Goiás. Mas no telejornalismo não há destaque para pessoas negras em seu início.

Diante da problemática apresentada, a presente pesquisa se propõe a analisar as barreiras enfrentadas por repórteres negros na televisão brasileira, mais especificamente na TV goiana.

No entendimento de que a televisão, enquanto veículo de comunicação de massa, é um dos meios mais populares no nosso país, a presença de repórteres pretos no telejornalismo goiano é o objeto de estudo. Nesse meio, a imagem, o corpo e a beleza podem estar associados à credibilidade do jornalista, sendo ligada diretamente ao conteúdo de trabalho. O que não é comum em outros canais de comunicação, como por exemplo, no rádio e na mídia impressa, onde a aparência do apresentador ou da

apresentadora não está visível para o telespectador. Para tanto, o presente trabalho se propôs a analisar o telejornalismo goiano das emissoras TVAnhanguera e da TV UFG. O objetivo é de forma clara, ética e coerente relatar fatos que possam evidenciar a diversidade ou a falta dela no telejornalismo goiano na análise negra por meio de uma série de podcasts.

A partir deste objetivo geral, a pesquisa observou: 1) as barreiras sociais e econômicas, que envolvem a acessibilidade dessas pessoas a esses espaços; 2) as barreiras atitudinais, que se relacionam com percepções e atitudes negativas em relação aos jornalistas negros; e 3) as barreiras comunicacionais, como a falta de comunicação e conhecimento sobre a historicidade do negro e os racismos.

A pesquisa se justifica pelo fato de que falar sobre o assunto faz com que outras pessoas se encorajem a persistirem em realizarem os seus desejos, independentemente da cor da pele. É importante acrescentar que, quanto mais as bancadas do telejornalismo goiano forem democráticas e adeptas às diferentes raças, os jornalistas vão se sentir encorajados a persistirem na vontade de assumirem também perfis como âncoras de um telejornal.

Nessa perspectiva, o podcast é uma ferramenta para abrir espaço na esfera pública para o diálogo sobre esse tema, visando dar voz e protagonismo às pessoas negras, colocando às claras as barreiras invisíveis perante a sociedade. Além de buscar inserir a temática em pauta e o incentivo a mudança, seja na fiscalização e asseguramento de políticas públicas, seja na prática social vigente.

Como esta é uma pesquisa no campo jornalístico, é proposto um produto experimental, por meio de uma série de podcasts com objetivos exploratórios, pois consiste em compreender a falta desses telejornalistas negros, nas emissoras já citadas.

A série de podcast contou com quatro episódios de até vinte e cinco minutos cada, totalizando cem minutos de conteúdo e informações. Nestes quatro episódios foram evidenciados quatro temas: História do telejornalismo; A mulher negra no telejornalismo; Padrões estéticos das pessoas negras no telejornalismo goiano; e Análise da sociedade.

Participaram da prática do trabalho experimental jornalistas da TV Anhanguera de Goiânia, afiliada da Globo, e da TV UFG, afiliada da TV Brasil (EBC), além de jornalistas que já tinham experiência com o assunto tratado. Com aspectos completamente diferentes, uma comercial e outra educativa, as duas emissoras se distinguem pela linha editorial adotada.

Além desta introdução, a pesquisa está dividida em cinco capítulos. No capítulo um é apresentada a discussão teórica, baseada na teoria dos Estudos culturais e Estudos da mídia. Além de discutir a história do negro no Brasil desde a época da colonização até os dias atuais, aborda também a história do telejornalismo goiano.

No capítulo dois é apresentada a metodologia utilizada para execução do presente trabalho, com a utilização da pesquisa aplicada, com objetivo exploratório, abordagem qualitativa e técnica bibliográfica.

No capítulo três são apresentados os dados obtidos durante a pesquisa com o estudo de viabilidade e a estruturação dos processos para viabilização do produto proposto com a utilização da ferramenta de gestão conhecida como 5W2H. No capítulo quarto, é apresentada a discussão dos resultados e a descrição do produto, que se trata de uma série de podcasts em que em cada episódio foram levantadas questões raciais com profissionais do telejornalismo. E, no último capítulo, são discutidos os resultados do trabalho, que concluiu realmente há uma falta de profissionais negros no telejornalismo goiano.

## **FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Para fundamentar-se, o presente trabalho não apenas aborda os estudos culturais de forma geral, mas se aprofunda nos estudos midiáticos feitos, uma vez que se relaciona com cultura e a recepção da sociedade a respeito da mídia. Partindo da perspectiva de que deve haver diversidade nas emissoras de TV, para que haja representatividade, a teoria dos Estudos Culturais, de Stuart Hall foi usada. Além de autores como Martino (2009); Baptista (2009); Barker (2008); Costa e Silveira; Sommer, (2003); Curtis, Silva e Rocha (2015) e Temer (2009).

### **Os Estudos culturais**

A contribuição de Stuart Hall no campo dos Estudos Culturais é considerada de importância fundamental, a partir dos anos 70 (Escosteguy, 2003). Nesse sentido, acredita-se ser significativo tratar-se de como a cultura por meio de suas diferentes manifestações e instrumentos tem produzido novas subjetividades e novas formas de ser, estar e entender o mundo.

Nesse sentido, Stuart Hall apresenta as principais mudanças ocorridas no sujeito e na identidade modernos, já que, antes da era moderna, o indivíduo encontrava sua identidade ancorada em apoios estáveis (tradições, estruturas), o que deixa de acontecer com a modernidade, emergindo então uma concepção mais social do sujeito.

Acrescenta ainda o autor, que não são apenas as identidades individuais que passam, na modernidade tardia, por um processo de transformação, o mesmo ocorrendo, por exemplo, com as identidades culturais/nacionais, igualmente deslocadas pela globalização.

[...] as culturas nacionais são compostas não apenas de instituições culturais, mas também de símbolos e representações. Uma cultura nacional é um discurso – um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto nossas ações quanto a concepção que temos de nós mesmos. (Hall, 2006, p. 50)

A expressão “Estudos Culturais” descreve ao mesmo tempo um grupo de

pesquisadores reunidos no Centre for Contemporary Cultural Studies, da Universidade de Birmingham, e também ideias e metodologias no estudo e na compreensão dos fenômenos culturais, (Martino 2009). Este estudo é amplo e envolve vários aspectos relacionados à cultura de cada lugar.

Para Baptista (2009), uma característica importante a ser lembrada é a ideia de complexidade, uma vez que, é revelada em um compromisso com a noção de complexidade do fenômeno cultural.

Para além disso, os investigadores desta área colocam uma particular ênfase na produção contextual, multidimensional e contingente do conhecimento cultural, procurando reflectir nos resultados da sua investigação a complexidade e o carácter dinâmico e até, frequentemente, paradoxal do objecto cultural que abordam. (Baptista, 2009, p. 452)

Com o fenômeno da globalização, e suas consequências imediatas<sup>o</sup> compressão espaço-temporal, aceleração dos processos globais, encurtamento das distâncias<sup>o</sup>, as identidades culturais/nacionais sofrem um processo de deslocamento e fragmentação. Nas palavras de Hall.

[...] quanto mais a vida se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as identidades se tornam desvinculadas – desalojadas – de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem ‘flutuar livremente’. Somos confrontados por uma gama de diferentes identidades (cada qual nos fazendo apelos, ou melhor, fazendo apelos a diferentes partes de nós), dentre as quais parece possível fazer uma escolha. (Hall, 2006, p. 75)

Seguindo assim, Barker (2008) “os estudos culturais constituem um corpo de teoria construída por investigadores que olham a produção de conhecimento teórico como uma prática política”. (apud Baptista, 2009, p. 453). Diante desse raciocínio constituído por Barker (2008) pode se observar que o centro cultural se envolve em práticas consideradas políticas quando a teoria criada se torna uma fonte de investigação.

De uma forma mais próxima, as abordagens dos Estudos Culturais também são realizadas na América Latina. (Costa; Silveira; Sommer, 2003, p. 44) acredita que vários países têm realizado o EC, mas isso não significa que seja uma migração dos britânicos. “Parece que as conexões entre os estudos que revolucionam a teoria cultural contemporânea podem ser atribuídas, primordialmente, à amplitude e abrangência destas movimentações no cenário de um mundo que se torna transparente”.

Ou seja, por mais que seja observado um cenário mundial, é possível fazer estes estudos de uma visão abrangente e focar em uma cultura local ficando cada vez mais próximos ao receptor. O que se pode afirmar é a quantidade de estudiosos que concentraram suas linhas de pesquisa no estudo. Como reforço a essa afirmativa, Lopes

acredita que os estudos culturais têm um foco na produção de significados culturais, mas também na sua disseminação nas sociedades contemporâneas. Esse estudo ainda vai além, quando se utiliza a televisão, por exemplo, como objeto de observação.

Um noticiário de televisão, as imagens, gráficos etc. de um livro didático ou as músicas de um grupo de rock, por exemplo, não são apenas manifestações culturais. Eles são artefatos produtivos, são práticas de representação, inventam sentidos que circulam e operam nas arenas culturais onde o significado é negociado e as hierarquias são estabelecidas. (Costa; Silveira; Sommer, 2003, p. 38)

A comunicação tem um papel cultural na vida de todos, seja de forma direta ou indireta. Martino (2009) aponta conceitos dos Estudos Culturais que aproximam os meios de comunicação com a sociedade, considerando o público como um receptor. "Compreender a comunicação é compreender os usos feitos pelo indivíduo diante da mídia". Fazendo uma alusão à importância que tem a comunicação.

Martino (2009) ainda explica que os meios de comunicação não são apenas instrumentos de imposição de um certo padrão que possa existir, mas também como uma forma de arena de disputas pelo espaço. Sendo assim é perceptível que os diversos autores procuraram suas preferências. Para este presente trabalho, o estudo a respeito da mídia aparece como teoria de embasamento.

#### Estudos da mídia

"A televisão sempre esteve na agenda dos Estudos Culturais. De fato, eles foram à primeira escola teórica a reconhecer a presença da TV no cotidiano e desenvolver um repertório de ideias para uma leitura crítica do meio" (Martino, 2009, p. 246).

O que revela a importância do meio televisivo para a cultura é uma representação, como forma de inspiração para quem está acompanhando, por isso a análise acontece no pressuposto de que desta maneira algumas pessoas não se sintam representadas e vivem ou buscando uma forma de parecer com a pessoa ativa ou tentando fugir acreditando não se encaixar com o que está vendo. A cultura da mídia pode, muitas vezes influenciar a sociedade. Para Curtis; Silva; Rocha (2015, p. 2), "Os produtos da cultura da mídia se ampliam a partir da crítica ideológica, abrangendo vários

fatores como: sexualidade, raça e classe" [...]. Essa percepção se encaixa na realização deste produto, uma vez que, pode haver um padrão estético adotado no telejornalismo, fazendo a sociedade de certa forma, internalizar aquilo como uma ideologia correta. Por isso, para Rocha (2008) existe uma construção simbólica no que diz respeito à representatividade.

A representação é uma construção simbólica e intersubjetiva que auxilia os sujeitos a compreenderem o contexto em que vivem. Ao negociarem os entendimentos que têm dos mundos objetivo, social e subjetivo, eles constroem suas identidades e

reafirmam seus pertencimentos. Além da linguagem e das práticas discursivas, outros recursos são levados em conta nesse processo, tais como a história e a cultura. (Rocha, 2008, p. 88)

A ideologia se diferencia dos grupos denominados de influenciadores e influenciados ou superior/inferior. Essa lógica segue presente no raciocínio de Curtis, Silva e Rocha (2015), “a hierarquia pressupõe as definições e divisões de grupos sociais, encaixando-os nos meios culturais”.

Ainda em uma assertiva, acreditam que a cultura modela os indivíduos, deixando claro as potencialidades e a interpretação de cada um, e isso permite que a criatividade da pessoa seja mais instigante, porém, para a sociedade no geral, isto ainda é considerado novo. O telespectador muitas vezes se inspira no que vê dos apresentadores, e por isso muitos tentam se encaixar nesses meios culturais.

Segundo Temer (2009), os Estudos Culturais, em especial das mídias, desenvolvem um papel dentro de um sistema complexo com a existência de práticas dominantes, gerando uma elaboração da cultura e da imagem da realidade social.

O que permite compreender que quem está na frente das mídias, consegue de forma direta ou indireta transmitir credibilidade para aqueles que estão acompanhando o que é falado ou discutido. Tudo isso, contempla mais uma vez a necessidade de buscar saber sobre um possível padrão branco no telejornalismo goiano, em específico nas TVs UFG e Anhanguera.

Na televisão, por exemplo, as características principais são o áudio e o vídeo. Ao analisar esses aspectos pode se identificar que exista uma representação figurativa de quem está à frente das telinhas. Segundo Rocha (2008), a televisão é uma geradora de expectativa de comunicação midiática. Mas não para por aí, ela ainda acredita que ela tem um papel importante no contexto social:

A televisão é um meio de comunicação que se destina a um público anônimo e heterogêneo e se caracteriza pela veiculação de imagens, sons e textos de forma fragmentada e inserida em um fluxo contínuo de conteúdos diversificados e de diferentes gêneros. Ela é, ainda, uma importante dimensão do social, pois dá a ver muitas realidades distintas. Mas, olhar para a televisão não significa olhar para a vida social em sua totalidade, posto que nenhuma construção consegue contê-la. (Rocha, 2008, p. 89)

Dadas todas as circunstâncias, fica nítido que as mídias têm um papel importante na cultura social, não apenas na linguagem, mas também na representação. Temer (2009) acredita que essa linha de pesquisa entende a mídia como um processo que só é compreendida após a noção dos seus efeitos no público. Mostrando que existe um papel representativo na sociedade em geral.

Com base nas nossas interações sociais e vivências as imagens e significado,

e etc. são produzidas em massa para apontar a presença do eu, em nossa forma de nos relacionarmos com os outros indivíduos e na nossa criação de valores e objetivos sociais. Com isto, a cultura vem ocupando cada vez mais um papel significativo na vida cotidiana da população e assim assumindo um lugar significativo. (Curtis; Silva; Rocha, 2015, p. 3)

Essa teoria se fortalece na realização deste trabalho, uma vez que os estudos tentam abordar justamente essa representação, buscando saber se existe uma pluralidade nos meios de comunicação. Fica claro nesta teoria abordada o poder de persuasão e de imagens que a televisão tem na vida de qualquer um, mostrando que muitos se espelham no que veem.

Trazendo para uma proximidade com o presente trabalho que aborda além dessa representação, no episódio dois do PodEscurecer, fica presente essa assertiva, pois ao abordar sobre a mulher negra no telejornalismo goiano da TV Anhanguera e TV UFG, não foi encontrado nenhuma apresentadora negra. Com isso, muitas mulheres podem não se sentir representadas com o que veem.

#### Jornalismo e Sociedade histórico

O jornalismo sempre teve um papel fundamental na vida das pessoas. Kovach e Rosenstiel (2004) apontam que o jornalismo é fundamental na construção da comunidade, da cidadania e da democracia. Pensando nesse aspecto, de acordo com os autores, a imprensa ajuda a criar também uma linguagem e conhecimentos comuns com base na realidade. Por isso é inevitável falar a respeito da informação que é transmitida. Para Gentili (2002), atualmente é preciso falar sobre o assunto.

A informação jornalística é, simplesmente, indispensável para o estar no mundo nos dias de hoje. O que alguns autores chamam de ‘necessidades sociais da informação’ é hoje suprida sobretudo pelo jornalismo. Não se quer dizer com isso que seja impossível a vida em sociedade sem o consumo da informação jornalística produzida pelas mídias. Mas a realidade é que todas as informações indispensáveis para a vida em sociedade chegam, hoje, aos homens, de forma mediada e não direta. (Gentili, 2004, p. 41)

Por isso, é sempre importante ressaltar que a informação jornalística faz com que notícias cheguem em locais diferentes ao mesmo tempo. O papel do jornalismo em sociedade, muitas vezes é narrar fatos do cotidiano ou sobre coisas que acontecem no mundo todo.

Sobre isso, o Observatório da imprensa (2021, pag 21, acredita que o exercício da profissão é levar o noticiário para sociedades complexas ou modernas. “O jornalismo tem um papel central na mediação das pessoas com a realidade. [...] Muitas vezes é confundido com a realidade; ele é, na verdade, uma construção do real, um recorte”,

ainda explica que a prática jornalística deve seguir rigorosamente um método para aproximar a verdade dos fatos.

Segundo Kovach e Rosenstiel, os códigos de ética trazem para o jornalismo uma firmeza de opinião. “A meta é servir ao bem-estar geral por meio da informação ao público, diz o código da Sociedade Americana de Editores de Jornais”.

Aqui no Brasil, de acordo com o código de Ética dos Jornalistas Brasileiros no seu Artigo primeiro esclarece que “[...] Jornalistas Brasileiros tem como base o direito fundamental do cidadão à informação, que abrange seu o direito de informar, de ser informado e de ter acesso à informação”.

Sabe-se que o profissional da área jornalística tem um compromisso com a realidade. Ainda no Código de Ética é possível identificar esse aspecto no Capítulo II, Art. Terceiro, que diz “O exercício da profissão de jornalista é uma atividade de natureza social, estando sempre subordinado ao presente Código de Ética”. Mostrando que o dever é com a sociedade.

Podcast: informação por áudio

Existe uma definição para o Podcast? Apesar de ser recente, essa plataforma pode servir como uma importante fonte de notícias. Falar em uma única definição é difícil, mas para Maffeo e Politi (2020) o primeiro esboço sobre algo que no futuro poderia ser chamado de podcast foi criado no ano de 1993, quando um trabalhador de TI americano Carl Malamud teve uma brilhante ideia: misturar tecnologia para entrevistar colegas de profissão, onde discutiam sobre como poderia ser a internet no futuro. Então é visível que, apesar de não haver uma única forma de explicar, o objetivo do podcast é sempre levar informação para os ouvintes.

Para Vanassi (2007), foi em fevereiro de 2004 que a palavra podcasting foi realmente citada. Na ocasião ela apareceu em um artigo do jornalista utilizar Hammersley, de um jornal britânico chamado The Guardian, e o que mais chamou a atenção foi a forma em que ela apareceu, como sinônimo de audioblog, o que representa uma forma de se publicar áudios na internet fazendo uma junção entre texto de blogs e a plataforma que consegue captar somente a voz. Ele ainda acredita que:

Podcasting é um processo midiático baseado em emissões sonoras que utiliza a Internet como suporte para seu funcionamento e propagação de suas mensagens. É um processo muito recente, que ainda está se popularizando e estabelecendo junto aos usuários como uma alternativa interessante para difusão de conteúdos sonoros. (Vanassi, 2007, p. 51- 52)

Pode-se dizer que, o podcast veio como uma forma de unir mais de uma maneira de se comunicar. Um ponto positivo desse veículo de comunicação é a forma em que o autor ou criador pode expressar sua opinião sem ser acometido a algum tipo de censura, mas claro, respeitando a ética e a moral de cada indivíduo. Medeiros

(2005) detalha esse argumento citando que a forma como tratar diversos temas é livre, e depende do autor.

Ainda não existem restrições (censura) ou qualquer tipo de controle quanto ao conteúdo encontrado nos podcast. Essa é uma das características do Podcasting que difere de outros tipos de transmissões sonoras via Internet, na qual o fenômeno atual leva uma certa vantagem em relação aos menos recentes. A única “lei” nesse caso é obedecer sempre à principal ideia de produção sem intermediários: “direto de quem produz para quem consome”. (Medeiros, 2005, p. 3)

Nesse sentido a metodologia para relatar o grau de diversidade no telejornalismo goiano se desenvolveu por meio da informação utilizando não apenas texto, mas uma junção com o áudio, por se tratar de recursos simples para a elaboração, também por uma linguagem mais livre permitindo valer-se de efeitos sonoros.

Para sustentar o argumento, Maffeo e Politi (2020) afirmam que o podcast é uma mídia capaz de ser gravada de diferentes formas, e que e nem sempre é necessário ser gravada presencialmente, tendo a opção de fazer à distância, utilizando um gravador portátil ou até mesmo o próprio smartphone.

O PodEscurecer se encaixa perfeitamente no argumento, se fundando na metodologia mais assertiva para a realização desse projeto experimental, uma vez que por questão de logística os entrevistados e participantes do produto tiveram a opção de fazer à distância.

#### Além da informação do rádio: as interações no podcast

As inovações tecnológicas possibilitaram o advento de muitas coisas positivas, entre elas a internet. Para Primo (2005, p. 2) com a internet, surgiram outras maneiras de criar possíveis interações por meio do áudio, como por exemplo, o Web Rádio surgindo por meio de plataformas de streaming. Com toda essa leva de novos paradigmas o podcast se diferencia do rádio. Seguindo na lógica de Primo (2005, p. 2) apesar da radiodifusão e do podcasting trabalharem com áudio, ambos possuem características próprias. Mas não é somente ele que pensa dessa maneira, no raciocínio de Medeiros (2006, p. 7):

Outra característica do podcasting que reforça essa teoria antípoda radiofônica é que um Podcast não está necessariamente ligado a uma instituição, como no caso da BBC que edita seus programas e disponibiliza-os em forma de Podcast. (Medeiros, 2006, p. 7)

Ou seja, apesar de ser considerado novo e ter formatos parecidos com o

radiofônico, fica evidente que o podcast tem sim suas formas e maneiras de ser escrito e gravado. Além disso, segundo Kovach e Rosenstiel (2004), em um discurso do Papa João Paulo II no meio do ano 2000, a definição do jornalismo ficou evidenciada na fala do religioso, que disse: “Com sua influência vasta e direta sobre a opinião pública, o jornalismo não pode ser só guiado por forças econômicas, lucros e interesses especiais. Deve ser ao contrário, ser encarado como uma missão até certo ponto sagrada”. Idealizando, assim, a importância do profissional na vida das pessoas.

No mesmo aspecto, mas trazendo para a proximidade deste trabalho que foca na diversidade do telejornalismo goiano da TV Anhanguera e TV UFG, o jornalismo tem seu desdobramento na relação da mídia com a cultura.

Feitosa (2011) acredita que a relação entre as matrizes da cultura e da mídia possuem significados fortes e tem como foco um denominador comum: o ser humano. “O homem é obrigado a interferir onde ele não pode interferir, ele resolve simbolicamente, cria símbolos, imagina, dá significados, cria sistemas simbólicos que solucionem os problemas, não apenas no plano afetivo, mas pelo viés criativo e imaginativo”.

Nesse sentido, Pilger e Schmidt (2015) explicam que:

Em uma cultura contemporânea dominada pela mídia, os meios dominantes de informação e entretenimento são uma fonte profunda e muitas vezes não percebida de pedagogia cultural: contribuem para nos ensinar como nos comportar e o que pensar e sentir, como nos relacionarmos com o outro, em o que acreditar, o que temer e desejar, e o que não. E também, sem dúvida nenhuma, colaboram de forma extremamente relevante para constituição de imaginários e representações sociais. (Pilger; Schmidt, 2005, p. 2)

Então, uma vez que não se encontra veículos que tenham uma diversidade no número de apresentadores negro de telejornais, muitas meninas (os), mulheres, homens, senhoras e senhores podem não se sentirem no possível padrão existente. Na opinião Pilger e Schmidt (2015), no atual cenário que vivemos, a televisão tem um papel muito relevante, sendo considerada um membro das famílias.

Com isso, o papel do jornalismo deve se concretizar em ser sempre plural e mostrar valores de representatividade. Segundo Kischinhevsky e Chagas (2017), “Nas últimas décadas, esse papel de guardião da diversidade e da pluralidade passou a ser estendido à mídia em geral”. Tudo isso está ligado a um fator muito representativo que é a cidadania, uma vez que cada pessoa deve exercer sua liberdade da forma como ela é, como por exemplo, todos têm o direito de serem respeitados pelo biótipo corporal.

Na concepção de Gentili (2002), no que se diz respeito à cidadania, são os direitos e deveres. “Os direitos civis e políticos, direitos que se configuram como prerrogativas e pressupõem a liberdade de escolha do cidadão, são direitos que se alargam, de uma maneira evidente, com o acesso à informação”. Então o jornalismo tem um papel muito importante no que

diz respeito à cidadania. Nessa mesma ótica, para Negrini, Callegaro e Menuci (2017), o tema da cidadania evolui de uma forma muito importante na sociedade moderna.

O tema da cidadania vem evoluindo de forma constante na sociedade brasileira, apesar de já ter crescido muito na temática, a população ainda encontra-se carente no que tange a real efetivação da democracia. Sabe a autoridade estatal é quem determina o que será proporcionado para os sujeitos sociais, sendo assim, o sujeito deve ter consciência no momento em que determina quem estará no poder. No momento em que o indivíduo é excluído de uma vida digna, todas as suas escolhas estarão atreladas a tentativa de alcançar a decência. (Negrini; Callegaro; Menuci, 2017, p. 540)

A importância da democracia é essa: fazer com que todos tenham acesso a informações essenciais, e por isso o papel do jornalista com a sociedade é justamente levar essas notícias até a casa das pessoas e também de serem o porta-voz de cada um.

Tudo isso se conecta com o foco deste presente trabalho, uma vez que todos devem exercer a cidadania e mostrar que na medida em que é possível verificar os deveres, é possível também ter a certeza dos direitos, mostrando, inclusive na Constituição Federal Brasileira que assegura de uma forma bem assertiva essa linha de pensamento, quando no Capítulo I, no Artigo 5º afirma que “Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade” (Brasil, 1988). Então faz-se necessário o amplo debate sobre cidadania e a importância do jornalismo em sociedade.

#### A História escravista

Guimarães, diz, “A tensão entre um ideário antirracista que, corretamente, negava a existência biológica das raças e uma ideologia nacional, que negava a existência de racismo e de discriminação racial, acabou por se tornar insuportável para todos e insustentável pelos fatos.” (Guimarães, 2009, p. 66-67). Afinal, continua o autor: “Se as raças não existem num sentido estrito e realista da ciência, ou seja, se não são um fato do mundo físico, elas existem, contudo, de modo pleno, no mundo social, produtos de formas de classificar e de identificar que orientam as ações humanas.” (Guimarães, 2009, p. 67).

Partindo da perspectiva de Guimarães, o mundo não pode ser dividido em ‘raças’ nem tão pouca ‘relação social’ deveria se abster de raça para definir posições sociais, mas como sabemos não é de hoje que o mundo é dividido em raça, mas há milênios. Pensar em história brasileira é automaticamente pensar na história do povo negro.

Mas é fato que o jornalismo nunca foi um espaço igualitário, nos jornais pré

abolição era facilmente encontrado, trechos de senhores de engenho procurando suas “mercadorias” perdidas ou vendendo pessoas com ‘características’ ótimas para a compra como no trecho do jornal *Commercio*, em sua edição de 20 de setembro de 1835, “Vende-se na rua do Conde, número 20, uma preta mocamba recolhida, de 15 a 16 anos de idade, muito bonita, de elegante figura, perfeitíssima costureira; juntamente com um lindo moleque de 13 anos, mocambo de qualquer homem solteiro, sabendo também fazer costuras de senhoras e tudo o mais que é necessário”.

Em outro trecho do mesmo dia no jornal é possível encontrar o desembargador, Joaquim Gonçalves Bandeira, dando recompensa para quem encontrar o seu escravo fugido. “Fugiu no dia 10 do corrente mês um preto de nome Manoel, nação Angola, olha pouca coisa, é vesgo, tem uma ferida na face esquerda e um escroto inchado, é escravo de um senhor desembargador dessa província, Joaquim Gonçalves Bandeira. Quem dele souber, ou o agarrar, entregue-o à rua do Sabão, número 154, e será bem recompensado”.

Mas os jornais eram apenas um reflexo da colonização. Por isso se torna importante não apenas relacionar os jornais a escravidão que perdurou por quase quatrocentos anos, mas especificamente entender como essa diversidade étnica repercute até hoje em todos os âmbitos sociais. A primeira modalidade de escravização na América foi a do indígena, imposta pela chegada dos conquistadores. Este fenômeno esteve presente em todo continente, até o século XIX.

A escravidão negra, iniciada no Brasil como forma de substituição da mão de obra escrava indígena, foi implementada como justificável pela então ‘inferioridade’ que o negro africano representava diante do português branco. A partir do século XV quando os portugueses desenvolveram técnicas pioneiras de viagens ultra marítimas, conseguiram atravessar o Atlântico e iniciar o processo de ocupação do território africano, para o tráfico de pessoas negras.

No ano de 1455, o Papa Nicolau V permitiu a captura de pessoas negras pelos europeus, para batizá-las. Esse ato significava a imposição de costumes sobre outros, além de perpetuar o domínio da religião cristã europeia sobre o mundo. A justificativa para o massacre cultural seria a falta de civilização dos negros. Os africanos eram considerados, animais, sem alma, sem cultura, sem Deus e principalmente sem raciocínio lógico. Eram retirada dessas pessoas sua humanidade.

Alberto Sales, um dos grandes ideólogos paulistas, descreveu o pensamento dos brancos sobre os negros escravizados. De acordo com ele o africano merecia o controle por não saber se portar como gente, “Além de ser muito diferente do europeu, debaixo de muitos pontos de vista anatômicos e fisiológicos, ainda se acha em um grau muito embrionário da evolução mental” (Gomes, 2013, p. 162). Isso demonstrava que a elite do século XIX criou uma imagem do negro ligada à inferioridade. A escravidão negra era na verdade um processo econômico. O tráfico negreiro, enriquecia o traficante, o africano que negociava o escravo, o rei com os impostos e “o “senhor de escravo”. Era um processo meramente econômico e para justificar a transformação de uma pessoa

em mercadoria, nada mais sutil do que a “benção” da autoridade maior da Europa do século XV, o Papa.” (Bilheiro, 2008, p. 97).

Uma outra face da justificativa da maldição divina era aquela que apontava os africanos como descendentes de Caim. Este personagem bíblico, que matou o próprio irmão por ciúmes – sendo considerado pela teologia católica como o primeiro homicida da história – recebeu de Deus, ao ser amaldiçoado, um signo na carne para que não morresse e pudesse viver em constante expiação de seu pecado. Ligou-se, a posteriori, a negritude dos africanos à marca cutânea imposta por Deus a Caim, fundamentando a escravidão como sendo uma penitência a ser praticada por parte dos tidos descendentes do primeiro homicida, os negros africanos. (Bilheiro, 2008, p. 97)

Porém, houve resistência dessas pessoas escravizadas, resistências essas que perduram até hoje. Os negros começaram a formar grupos de escravos fugidos, formando os quilombos. “Em 1740, reportando-se ao rei de Portugal, o Conselho Ultramarino valeu-se da seguinte definição de quilombo: “toda habitação de negros fugidos, que passem de cinco, em parte despovoada, ainda que não tenham ranchos levantados e nem se achem pilões neles” (Carvalho, 2002, p. 2).

O mais famoso dos quilombos do Brasil, foi o de Palmares, entre Pernambuco e Alagoas. Era um terreno de difícil acesso, coberto pela mata tropical que incluía um tipo de palmeira, daí o nome Palmares e o líder Zumbi, é até o hoje o mais famoso rei quilombola. O fim do quilombo foi comemorado pelos proprietários de escravos em Recife. Calcula-se que em meados do século XVII viviam em Palmares cerca de onze mil pessoas.

Os senhores passaram a usar Palmares como argumento para a necessidade de políticas mais rígidas de controle sobre os negros. Os episódios na Serra da Barriga tiveram como consequência a criação do cargo de capitão-do-mato, ou de assalto, para comandar os ataques aos quilombos e perseguir escravos fugidos. (Albuquerque, 2006, p. 124)

De acordo com Valente, os negros não podem ser retratados como passivos á escravidão. “Em resposta à violência e à dominação, os escravos negros sempre resistiram. Foram várias as atitudes que marcaram o protesto dos negros contra a sua situação. Muitos utilizaram o suicídio para mostrar que a vida lhes pertencia – e tiravam de seus donos esse ‘privilegio’. Muitos deixaram-se morrer de tristeza. Outros fugiram...” (Valente, p. 25, 1994).

Na colônia brasileira os negros eram a mão de obra, ou seja, uma força de trabalho gratuita. De acordo com Albuquerque (2006), até a primeira metade do século XIX, ter um escravo representava status, todos queriam ter escravos. Até ex-escravos possuíam escravos. Estima-se que, de um total de 10 milhões de cativos africanos

trazidos para as Américas nesse período, 40% tiveram como destino terras brasileiras. Por isso, não eram apenas os grandes senhores que tinham interesse na manutenção da escravidão. (Albuquerque, 2006, p. 66)

Na época pré-revolução o trabalho era considerado indigno, então ele deveria ser deixado para os da mais 'baixa' classe, porém, a partir da Revolução Industrial há uma grande mudança sociedade europeia, o trabalho começa a se tornar dignificante e a meritocracia começa sendo assim o trabalho é a forma de se alcançar o sucesso. Essa visão capitalista fez agora a escravidão ser considerada 'impura' já que o trabalho deveria ser usado para enriquecer.

Dentro dessa ótica industrial, o trabalho escravo passa a ser considerado ultrapassado, porque essas pessoas que poderiam estar recebendo capital para então gastá-lo novamente e assim fazer com que a roda do capitalismo funcione, não estão contribuindo. Sendo assim, o início uma campanha antiescravidão começa no Brasil, campanha essa fundamentada na lógica capitalista liberal, incentivada pela Inglaterra, país esse interessado em transformar os escravos em trabalhadores assalariados e, portanto, consumidores de produtos vindos da Inglaterra.

O movimento abolicionista nasceu das experiências libertárias da revolução norte-americana e da revolução francesa de 1789. Parecia a numerosos partidários da democracia burguesa nascente ser totalmente hipócrita pregar a iniciativa e liberdade individuais e, ao mesmo tempo, manter a maior parte da força de trabalho como escrava ou semiescrava. Em 1850, havia um número maior de escravos negros no continente americano do que operários nas fábricas da Europa e dos Estados Unidos. (Barbosa, p. 11, 2006)

O autor (Gomes, 2013, p. 212) diz que o Brasil é o país que mais demorou a acabar com o comércio de pessoas negras. E assim negros escravizados aqui no Brasil, iniciaram o processo de revolta contra a escravidão. Na Bahia em 1835, eclodiu a Revolta dos Malês, organizada por africanos islamizados. Porém, de forma agressiva o governo brasileiro impediu as revoltas de pessoas escravizadas e passou a criar leis e buscar o apoio econômico da Inglaterra. O artigo 1º da Lei do Ventre Livre declarava a intenção do governo em acalmar a população escrava.

22 LEI Nº2.040, DE 28 DE SETEMBRO DE 1871 A Princesa Imperial Regente, em nome de Sua Magestade o Imperador e Senhor D. Pedro II, faz saber a todos do Imperio que a Assembléa Geral Decretou e ella Sancionou a Lei seguinte: Art. 1º Os filhos de mulher escrava que nascerem no Imperio desde a data desta lei, serão considerados de condição livre. § 1º Os ditos filhos menores ficarão em poder o sob a autoridade dos senhores de suas mãis, os quaes terão obrigação de criá-los e tratá-los até a idade de oito anos completos. Chegando o filho da escrava a esta idade, o senhor da mãe terá opção, ou de receber do Estado a indemnização de 600\$000, ou utilizar-se dos

serviços do menor até a idade de 21 annos completos. (Brasil, 1885)

Gomes ( 2013), descreve que a ideia de cidadania do sistema liberal do XVIII, impossibilitava a escravidão no Brasil. Mas, esses conceitos não foram o suficiente para incluir os negros na sociedade e para quitar o débito racial histórico.

Os negros logo após a abolição não puderam votar e serem votados, não conseguia ter acesso livre a todos os níveis da educação, não tinham grandes possibilidades de ascensão social e econômica. Art. 94. Podem ser Eleitores, e votar na eleição dos Deputados, Senadores, e Membros dos Conselhos de Provincia todos, os que podem votar na Assembléa Parochial. Exceptuam-se I. Os que não tiverem de renda liquida annual duzentos mil réis por bens de raiz, indústriã, commercio ou emprego. II. Os Libertos. III. Os criminosos pronunciados em queréla, ou devassa. (Brasil, 1824)

E como contraponto a tudo que era escrito e falado pela elite branca escravocrata surge nessa época personalidades importantes para retratar a época de abolição no Brasil. Luiz Gama, um jornalista negro, declara que conseguiriam ajudar pessoas negras escravizadas, que após a lei do fim do Tráfico de 1831, conseguiriam a liberdade por ser um ato contra a lei.

Luiz Gonzaga Pinto era Advogado, poeta e jornalista brasileiro nascido em Salvador, BA, e falecido em São Paulo. Filho da legendária Luiza Mahim comum fidalgo brasileiro, aos dez anos de idade foi vendido como escravo pelo pai. Integrou o corpo de redatores do Radical Paulistano, onde se distinguiu como um dos maiores líderes abolicionistas brasileiros. Sua posição e respeito de presunção de legítima defesa nos assassinatos de senhores por escravos conferiu-lhe posição ímpar no seio do movimento abolicionista. (Lopes, 2004, p. 291)

Outra personalidade negra de destaque foi José do Patrocínio, ele que era filho de um padre com uma mulher feirante escravizada, pagou os próprios estudos e se formou em Farmácia. E, assim, em 1880, fundou a Sociedade Brasileira contra a Escravidão.

O Império brasileiro se omitiu, para que a campanha abolicionista não fosse vinculada a ele e assim não houvesse atrito com a aristocracia rural brasileira. Mas a Igreja Católica, que era conivente com a escravidão passou a aderir ao discurso de liberdade.

Com esse cenário de caos e uma possível bomba abolicionista prestes a explodir, a Princesa Isabel, filha do imperador D. Pedro II e herdeira do trono, se vê pressionada a assinar a Lei Áurea, acabando com a escravidão no Brasil.

LEI Nº 3.353, DE 13 DE MAIO DE 1888. Declara extinta a escravidão no Brasil.

A Princesa Imperial Regente, em nome de Sua Majestade o Imperador, o Senhor D. Pedro II, faz saber a todos os súditos do Império que a Assembléia Geral decretou e ela sancionou a lei seguinte: Art. 1º: É declarada extinta desde a data desta lei a escravidão no Brazil. Art. 2º: Revogam-se as disposições em contrário. Manda, portanto, a todas as autoridades, a quem o conhecimento e execução da referida Lei pertencer, que a cumpram, e façam cumprir e guardar tão inteiramente como nella se contém. (Brasil, 1888).

Logo, fica evidente, após séculos de escravidão, pela pressão pública a declaração do fim da escravidão é feita, de forma confusa e quase sem divulgação para as demais regiões do país.

#### Imprensa negra

“Imprensa negra” foi uma expressão provavelmente utilizada pelo francês Roger Bastide (1983). No Brasil, esses jornais atingiram o seu auge no século XX. O aumento desses periódicos, ocorre devido uma série de fatores como a crise do escravismo, e as discussões da humanidade igualitária, aumento de pessoas negras ‘estudadas’ o que permitia a circulação de ideais antiescravidão.

“No momento em que o (a) negro (a) conseguiria de fato a sua cidadania, o sistema jurídico e policial comprava a ideia de que ele se encontrava mais próximo ao estado de barbárie humana. A ciência passou a influenciar no processo de inclusão e exclusão dos grupos sociais e por isso a imprensa negra põe em questionamento a cidadania da população de cor de pele escura...”. (Rossi, 2011)

Basicamente os jornais retratavam os sentimentos e experiências que os negros vivenciavam. Eles possuíam uma estrutura completamente abolicionista, os fundadores, editores, escritores eram em sua maioria negros e tinham como leitores a população negra e abolicionista.

O jornalismo pós-abolição é marcado por diversos periódicos que eram produzidos por pessoas negras. Essas publicações foram muito expressivas em formar não só o pensamento das pessoas afrodescendentes como de pessoas brancas elitistas da época.

Um dos jornais que mais se destacaram foi o “O Asteróide”, periódico fundado em 1887 na Bahia. Os textos eram escritos para as elites baianas, para sensibilizá-las em um discurso quase que religioso, denunciando a barbaridade e violências aos quais os escravos eram submetidos.

Ninguém pode mais conscienciosamente negar que a escravidão está morta no Brazil; a não serem os espíritos obsecados pelo interesse vil e baixo, d’esses que

vivendo à custa do suor do escravo, passam uma vida indolente e criminosa, cevando-se no sangue do próximo e aparentando na sociedade o luxo de senhores de engenhos, todos os mais estão certos que, para felicidade geral, vai ser apagada a feia mancha impressa na larga frente do soberbo gigante americano! (O Asteroide, 11 de janeiro de 1888, p. 1)

O primeiro título de imprensa negra gaúcha foi “O Exemplo”, editado entre 1892 a 1930. Em Porto Alegre, o foco do periódico era discutir estratégias para inserir o negro na sociedade e enfrentar o racismo. Outro jornal abolicionista muito significativo, foi o jornal “A Alvorada” (1907- 1965). Esse periódico lutava principalmente contra a discriminação racial em todos os âmbitos sociais e ambos tinham a intenção de organização política e foram interrompidos pela censura emalgum momento.

Compartilham entre si a ênfase nas denúncias de racismo e a divulgação de sociabilidades negras. Os dois periódicos tinham objetivos de organização política e de formas de mobilização, porém obtiveram encaminhamentos e resultados diversos nessas cidades. Os impressos negros buscavam fortalecer os seus. Nesse sentido, defendiam a educação como meio de combater a marginalização do (a) negro (a), superar os preconceitos e ser tratado com igualdade. Além de promover a “superação dos complexos e estereótipos que os inferiorizavam na busca da mobilidade social”. (Santos, 2006, p.157)

Outro jornal de suma importância no período pós-abolicionista foi o “ O Homem”, periódico feito em 1876 no Recife. Este jornal era caracterizado pelo viés científico e filosófico, discutindo questões raciais do ponto de vista da ciência. Ele não só discutia questões de desigualdade no Brasil, mas em toda a América, fazendo alusão até mesmo aos princípios de liberdade nos Estados Unidos. Um de seus escritores era Tobias Barreto, filósofo, jurista, poeta e crítico literário, um homem negro, que conseguiu acesso social através do estudo da filosofia.

Outro jornal abolicionista foi “O Athleta”. Publicado em torno de 1884 em Porto Alegre, não discute apenas questões abolicionistas, mas refletia sobre o todo o sistema social presente no sul do país. O jornal defendia que a abolição seria uma forma de explorar as contribuições culturais e as produções literárias feitas pelos afrodescendentes.

Já “O Homem de côr” era um jornal carioca, mas conhecido e crítico do país. Editado por Paula Brito, um homem negro, tinha como principal preceito a militância racial. Não só em seu discurso o jornal abria vagas para escritores e redatores afrodescendentes e até fazia reivindicações para o governo.

O Cidadão pode ser admitido aos cargos públicos civis, políticos e militares, sem outra diferença que não seja a de seus talentos e virtudes. O Povo do Brasil é composto

de Classes heterogêneas, e debalde as Leis intentem misturá-las ou confundi-las, sempre alguma há de procurar, e tender a separar-se das outras, e eis o motivo a mais para a eleição recair nas classes mais numerosas". (O Homem de Cor, n.1, p. 1)

Não se pode esquecer do jornal cearense de 1880, "O Libertador", periódico fundado pelo órgão de imprensa da Sociedade Libertadora Cearense. A gazeta, funciona como um apaziguador, mas sempre deixando claro que a abolição seria o fim da violência contra o negro. Evita notícias que fossem relacionadas a torturas ou violência e tinha em seus valores os mesmos da elite, que pregava a abertura econômica.

Sendo assim, diante de tantos periódicos abolicionistas fica destacado o nome de jornalistas negros que foram fundamentais para iniciar a discussão de negros no jornalismo: Manoel dos Passos, Luiz Gama, Frederico Alvarenga, Cruz e Souza, Gonçalves Dias, José do Patrocínio e outros mais. Poetas, professores, músicos, mas principalmente jornalistas que tinham a missão de provar que o negro era tão capaz de exercer qualquer função dentro de uma sociedade.

Hoje contamos dentro de nossa classe com uma infinidade de homens letrados, doutores, professores, jornalistas, poetas, tribunos e um importante bloco de mocidade estudiosa. Com exceção desta grande-avalanche - muito desunida infelizmente - é maioria dos negros que vivem espalhados pelo nosso paiz encontra-se ainda moralmente escravizada (sic). No trecho acima, podemos notar a valorização dos estudos e outro papel relacionado à Imprensa Negra: o de educar a população negra. Daí a valorização do estudo e da educação formal. (Pereira, 2011. p. 14)

Por fim a "imprensa negra" foi aos poucos perdendo a força depois que o processo abolicionista foi finalmente perpetuado com a assinatura da Lei Áurea. Mas ao contrário do que deveria acontecer, o jornalismo não se abriu à diversidade racial e filosófica. Por possuírem poucos recursos e não contarem mais com leitores fiéis, já que agora a questão da abolição já havia sido 'resolvida' os principais periódicos negros sucumbiram ao ostracismo e questões de suma importância não só dentro das redações, mas em todo o âmbito social foram postas de lado.

Até os dias de hoje

Mas, após a abolição, outro movimento da imprensa negra foi iniciado, e a partir do advento da República a imprensa começou a fazer um papel de "civilizador", a fim de acabar com as práticas consideradas 'incultas', como analfabetismo. Sendo assim começou a desenvolver um papel essencial nas corridas eleitorais. E assim grupos marginalizados começaram a desenvolver periódicos para falar de lutas sociais como, operários para desenvolver direitos trabalhistas, mulheres, e claro os negros.

Nessa fase, tem-se por exemplo os jornais, A Revolta (1925), O Tagarela (1929), A Alvorada(1907), A Tesoura (1924), A Verdade (1904), o Raça (1935), A Pátria (1889), O

Progresso (1899), O Menelick (1915), O Bandeirante (1918), A Rua (1916), A Voz da Raça (1933) O Xauter (1916), Kosmos (1922), O Alfinete (1918), A Liberdade (1919), A Sentinela (1920), Clarim d'Alvorada (1924), Elite (1924), Progresso (1928). Porém é importante destacar o jornal, A Voz, uma publicação oficial de 1931.

Com satisfação, assumimos a direção deste jornal, que se destina a publicação de assuntos referentes ao negro, especialmente não dispensando, porém em acolher os de outras referências quando solicitados. Este jornal aparece na hora em que precisamos tornar público, nos dias de hoje, de amanhã e de sempre, os interesses e comunhão de ideias de raça. Porque as outras folhas, aliás, veteranas por despeito político, têm deixado de os fazer. (A Voz da Raça (SP, 1933. p.1)

Embora, os jornais negros da época enfrentassem dificuldades, eram periódicos de pessoas negras, falando sobre pessoas negras, para pessoas negras. Como Ana Flávia Magalhães, já citaria "jornais feitos por negros; para negros; veiculando assuntos de interesse das populações negras".

Assim avançando no tempo, outras publicações foram criadas no século 20, principalmente movimentos democráticos, como os periódicos, Mundo Novo, Notícias de Ébano, A Voz da Negritude, Senzala (1946), Níger (1960) e o Mutirão.

Nos anos finais da ditadura militar e durante a redemocratização, em 1978, foi fundado o Movimento Negro Unificado (MNU), que tinha como principal objetivo trazer à tona temas como o mito da democracia racial e promoção da miscigenação, tema este que foi usado para descredibilizar, desde os anos 30, denúncias de racismo e que foi agravado pela ditadura militar, que não tinha nenhum interesse em movimentos sociais.

Vários integrantes do MNU começaram a fundar jornais, como a Voz do Negro (1984); Tição (1977), Áfricas Gerais (1995), Nêgo, Elêmi, AfroBrasil, Objetivo (1977), Irohin (1996), Negrice, O Saci, Jornegro, revista Raça (1996), e o Vissungo.

Tiçãõ pretende falar com a comunidade negra não só de Porto Alegre através de uma linguagem simples e buscando um trabalho de conscientização racial, social e cultural". (Jornal Tiçãõ, editorial 1978)

Nos dias atuais a revista Raça, ainda está em circulação nacional, mas de forma digital, ela faz parte da "mídia negra" que engloba redes sociais, blogs, podcasts e até canais de televisão. Outros exemplos dessa mídia negra são o Portal Geledes, Alma Preta, o Pensar Africanamente, o Nossos passos vêm de longe, História Preta, o Afropress, Atlântico Negro, e uma infinidade de outros veículos.

Atualmente esses jornais negros, continuam passando pelas mesmas dificuldades financeiras, pela falta de incentivo tanto social quanto governamental. Desde a década de 1950, estudos referentes a participação do negro no jornalismo vêm sendo amplamente divulgados, um deles é o site Hemeroteca Digital da Biblioteca

Nacional, que funciona como um acervo da mídia negra.

Por fim, a imprensa negra é claramente um movimento de resistência que perdura até hoje. São textos que trazem consigo as mazelas dessa classe marginalizada pela sociedade. E claramente, se torna necessário analisar por que apesar de séculos de lutas, os negros ainda representam uma minoria insignificante no jornalismo brasileiro.

Quando criança, fui ensinada que a população negra havia sido escrava e ponto, como se não tivesse existido uma vida anterior nas regiões de onde essas pessoas foram tiradas à força...com o tempo, compreendi que a população negra havia sido escravizada, e não era escrava—palavra que denota que essa seria uma condição natural, ocultando que esse grupo foi colocado ali pela ação de outrem. (Pequeno Manual Antirracista, Djamila Ribeiro, 2019 p.5).

O início do livro “Pequeno Manual Antirracista” de Djamila Ribeiro, demonstra exatamente o problema discutido nessa dissertação. No nosso país ser negro é ser “relacionado a escravidão”, como se antes disso ou depois os negros não tivessem mais importância.

Como diz Silvio Almeida em seu livro Racismo estrutural (2019.p.17) “O consciente de que o racismo é parte da estrutura social e, por isso, não necessita de intenção para se manifestar, por mais que calar-se diante do racismo não faça do indivíduo moral e/ou juridicamente responsável, certamente o silêncio o torna ética e politicamente responsável pela manutenção do racismo.”

A Professora universitária, Ana Maria de Moraes, em sua Dissertação (2018.p.134) apresentada ao Programa de Pós-Graduação, nível Mestrado, da Comunicação a Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás, entrevistou a ex-jornalista, Janete Ferreira que trabalhou na TV Record e disse que até hoje foi uma das poucas repórteres negras da televisão goiana, perguntada sobre sua trajetória profissional, começou a entrevista falando sobre a questão racial:

É importante, eu não sei se pro seu trabalho vai ser, mas lembrar que eu fui criada numa época em que nós, eu, além de mulher, sou negra, então a pessoa negra ela não, ela não era vista como bonita, [...] a minha família, não por maldade, claro, de maneira nenhuma, mas nunca tinha visto um negro ascender pelo estudo, um negro crescer pelo estudo, ou mesmo um negro em postos altos e tudo o mais, muito menos uma mulher negra.” (Moraes, 2018.p. 134)

Moraes, (2018) destaca que a entrevistada Janete Ferreira, disse que passou todo o período universitário na redação da emissora de tevê e no início de 1994, já formada, foi efetivada, mas não na reportagem, como gostaria, e sim na produção. Janete diz que justificaram sua contratação naquela área por ela ser muito competente e rápida – dois requisitos essenciais a quem faz produção. Questionada se ela acredita que houve

racismo nessa decisão, revelou:

Não, ela não tem a postura que nós precisamos pro vídeo, né? Eu não tinha, eu usava cabelo amarrado, meu cabelo ele é, ele é sarará, é aquele cabelo que ele não é nem liso e não é aquele que fica durinho, ele é aquele meio termo, então não tinha jeito, numa época em que também, não havia tantos produtos, tantas alternativas pra se usar no cabelo do negro, então ou você cortava, ou você alisava, né? Ou você... Eu não tinha, eu me achava que eu não tinha o estilo pra usar o cabelo curtinho como homem, eu achava que não dava certo, mas teve uma época que um cabeleireiro famoso aqui em Goiânia cortou meu cabelo e ficou muito bonito, eu era aquela negra, aquela menina tímida lá do canto, de cabelo amarrado, que chegava, ficava quietinha, era boa de serviço, mas estava lá, quietinha, fazendo a pauta. (2018. p. 134)

Esta resposta comprova dados compilados por Guimarães (2009, p. 69-70) de que “[...] esses mecanismos condensam-se em padrões normativos e valores fortemente arraigados na identidade nacional, acabando por estabelecer o lugar do negro no mercado de trabalho”.

A entrevistada disse que enquanto estava nessa emissora sofreu uma decepção profissional que marcou sua vida. Em 1998, a Rede Globo procurava uma ‘herdeira de Glória Maria’, posto para o qual Janete foi indicada por três colegas mulheres que atuavam em diferentes áreas do jornalismo. “E a Rede Globo me ligou, me ligou na TV Goiânia ainda, pedindo fitas do meu trabalho, mas infelizmente ele me respondeu: não, achei que eu tinha morrido pro jornalismo”. (2018. p.139). Janete Ferreira disse que levou algum tempo para superar a frustração por não ter sido escolhida, mas que depois entendeu que aquilo não significava o fim de sua trajetória no jornalismo. Refletindo sobre a presença de mulheres negras que tenham atuado na área de reportagem dos telejornais goianos, Janete, lembrou-se de duas outras apenas, sendo que hoje não há nenhuma em exercício. E ao falar sobre o assunto, a radialista realça as características somáticas que caracterizam o pensamento racial brasileiro.

Quando aparece uma negra, ou o que eles chamam de negra, é uma morena muito morena, de cabelo bem lisinho, né, mas negra mesmo, de cabelo pixaim não, e isso é muito engraçado, porque em Goiás já houve uma apresentadora negra, eu acho que no início dos anos 80, quando tinha um programa em Goiás chamado Feminina, se eu não me engano...” (2018, p. 140)

No Brasil, de acordo com Guimarães (2009), a ideia de ‘embranquecimento’ é o que especifica o pensamento racial. Como mostra o pesquisador, o maior status associado à cor branca, que leva mulheres e homens a procurarem parceiros/as mais claros/as está na base da hierarquia e do preconceito racial brasileiros, tendo levado ao

desenvolvimento dos valores positivos presentes na linguagem ligados ao branco e os valores negativos ligados ao negro, linguagem que, por sua vez, reforça cotidianamente o preconceito e a discriminação.

“No Brasil, o racismo se desenvolveu de outra maneira. Presente nas práticas sociais e nos discursos – racismo de atitudes – mas não reconhecido pelo sistema jurídico e negado pelo discurso não racista da nacionalidade” (Guimarães, 2009, p. 220).

De acordo com o autor, esse discurso racista foi originado por doutrinas científicas, de diferenças entre as raças, com a alegação da superioridade da raça branca, que serviram de base para justificar diferenças de tratamento e de diversos grupos étnicos presentes nas sociedades ocidentais e americanas e levaram a um racismo perverso e desumano e, às vezes, genocida.

Conforme o autor, derrubadas as doutrinas científicas das diferenças inerentes às raças, ruptura que teve como marco a publicação de Casa-Grande & Senzala (1933), de Gilberto Freyre, criou-se um consenso em torno da negação da existência das raças, levando a sociedade brasileira a definir como brancos “[...] não só os mestiços mais próximos das características somáticas europeias, como também, no extremo, todos os que usufruem dos privilégios da cidadania.” (Guimarães, 2009, p. 220), substituindo

[...] as explicações sobre as desigualdades sociais, antes atribuídas às raças por outras que preservaram a noção de superioridade da cultura e da civilização brancas, ou europeias, sobre a cultura e civilização negras, ou africanas, tachadas de “incultas” e “incivilizadas”. (Guimarães, 2009, p. 220-221, grifos do autor)

Assim, como mostra Guimarães (2009), foi criado no país o ideário antirracista de negação da existência de ‘raças’, o que se fundiu logo à política de negação do racismo, como fenômeno social. “Entre nós existiria apenas ‘preconceito’, ou seja, percepções individuais, equivocadas, que tenderiam a ser corrigidas na continuidade das relações sociais.” (Guimarães, 2009, p. 65, grifo do autor).

Na tentativa de mascarar o racismo e as desigualdades raciais brasileiras, diz o pesquisador, foram instituídos termos como ‘escurinhos’, ‘morenos’, ‘roxinhos’, ‘azulinhos’, mas surtiram efeito contrário e acabaram por evidenciá-los.

Tais práticas racistas são, quase sempre, encobertas para aqueles que as perpetuam por uma conjunção entre senso de diferenciação hierárquica e informalidade das relações sociais, o que torna permissíveis diferentes tipos de comportamentos verbais ofensivos e condutas que ameaçam os direitos individuais. Trata-se de um racismo às vezes sem intenção, às vezes de brincadeira, mas sempre com consequências sobre os direitos e as oportunidades de vida dos atingidos. (Guimarães, 2009, p. 70)

Mas afinal, como é o perfil racial da imprensa brasileira atualmente? Um estudo

realizado pela equipe do Jornalistas&Cia2, Portal dos Jornalistas, Instituto Corda e IMAX, realizou um projeto em parceria com diversas associações, como ABI (Associação Brasileira de Imprensa); e a ABRACOM (Associação Brasileira das Agências de Comunicação). Que fala exatamente sobre a desigualdade racial na imprensa brasileira.

O estudo abrangeu, além da pesquisa por autorresposta em questionário online, uma pesquisa nacional com amostra probabilística para aferir com precisão a distribuição dos jornalistas por cor/raça e uma etapa complementar com entrevistas telefônicas com jornalistas negros que se dispuseram a responder, para conhecer de forma mais profunda questões raciais mais sensíveis e eventualmente presentes no dia a dia da atividade.

Com esse levantamento, foi possível identificar que as redações jornalísticas brasileiras são mais brancas e masculinas do que a população brasileira, e é fato que uma maior proporção de brancos em carreiras longevas, em cargos gerenciais e de negros em cargos operacionais. Há também o fato de que os brancos recebem mais, pela mesma função que os negros.

Assim, ao longo da vida profissional, 57% dos entrevistados identificam marcas de discriminação e, 98%, de maior dificuldade para o desenvolvimento da carreira em relação aos brancos. As ações racistas mais relatadas dizem respeito a aspectos relacionados a preconceito racial em geral, discriminação pela aparência, discriminação no tratamento profissional e assédio racial. Para 85% das entrevistadas, jornalistas negras, a perversa combinação de racismo e machismo é presente em suas experiências profissionais. Misoginia e racismo, assédio, identificar a mulher como incapaz ou inapta e discriminação no tratamento profissional são alguns dos problemas enfrentados.<sup>3</sup> (Fonte: Perfil Racial. p. 9)

Outro dado contraditório é o fato de a população brasileira ser majoritariamente negra e minoria nas redações. Segundo os dados do censo do IBGE de 2010, “somados, pretos e pardos atingem 50,94% da população, e, por projeções consolidadas na PNAD/IBGE de 2019, a população negra atingiu a marca de 56,20% da população brasileira total”. Mas representam apenas 20,10% dos jornalistas nas redações. Enquanto a maioria, 77,60% se autodeclararam “branca”.

De acordo com o Observatório da TV, no dia 18 de setembro de 1950 foi ao ar pela extinta TV Tupi, em São Paulo, o primeiro programa televisivo. “Assis Chateaubriand entrava no ar com um evento solene e dava início à história da televisão brasileira”.

O telejornalismo brasileiro teve sua estreia com o jornal “Imagens do dia”, onde era possível acompanhar as informações ao vivo. Paternostro (1999, p. 35) aponta que o primeiro telejornal de sucesso foi o Repórter Esso, que estreou em 1953 e ficou no ar por quase 20 anos. Para Rezende (200, p. 24) “Seu [Repórter Esso] conteúdo abrangia o noticiário nacional e internacional veiculado inclusive por meio” de filmes”.

2 Novembro, 2021. p.9. [jornalistasecia.com.br](http://jornalistasecia.com.br), (Fonte: Perfil Racial)

3 Novembro, 2021. p.11. [jornalistasecia.com.br](http://jornalistasecia.com.br), (Fonte: Perfil Racial)

De acordo com Rezende, “No início parte dos apresentadores tiveram sua primeira experiência em um estúdio de TV, onde cada um falava seu comentário [...] e o texto jornalístico ganhava força na locução de Luís Jatobá e Cid Moreira” (Rezende, 2000, p. 107).

Em contrapartida a questão histórica da televisão e da imprensa negra, é importante analisar como é a representatividade do negro no telejornalismo brasileiro. Neste mesmo estudo dos Jornalistas & Cia, as TV abertas e paga representam, 7,8%, dos dados coletados.

Em outro estudo, dos autores, Hamer Muller e Amanda Farias o objeto de estudo foi os programas da TV da Rede Globo, “Quanto ao número total de jornalistas que apareceram em teladurante o mês de abril, observou-se 263 jornalistas não negros, para 12 jornalistas negros, que representam 4,4% dos repórteres e apresentadores da Rede Globo no período 65 analisado.

Silva, Maria Júlia Coutinho, Cláudia Bomtempo, Dulcineia Novaes, Rúbia Oliveira, Denise Soares, Abel Neto, Fred Ferreira, Ana Paula Santos, Diego Sarza, Heraldo Pereira. Pelo fato de conseguirmos listar os profissionais de relevância no jornalismo atual, já se torna uma problemática, pelo número pequeno de representantes.

Mas qual a importância da representatividade? É importante ressaltar que o apresentador exerce um papel fundamental, pois é ele que “dá cara” ao telejornal, sendo assim ele representa a informação. O artigo “Análise de ausência de diversidade étnica nos telejornais brasileiros”, de Acevedo e Trindade (2011) traz em seus resultados, “após a análise dos telejornais das principais emissoras de TV de sinal aberto<sup>o</sup> Cultura, SBT, Globo, Record, RedeTV, Gazeta e Bandeirantes<sup>o</sup>, que o número de apresentadores negros é significativamente menor que o número de profissionais brancos.”

#### Telejornalismo goiano

Saindo de um cenário nacional, a televisão se torna algo regional, chegando a diversos estados. Para Temer (2020) “O telejornalismo local passa a ser tratado como um espaço menor em uma programação cujo deslumbre técnico ofuscava a concorrência das redes”. Depois dessa fase, as emissoras de televisão tiveram um crescimento também em outras cidades, como por exemplo, Goiânia.

Segundo Lima (2014), o telejornalismo goiano teve seu início na década de 60 com a criação da primeira emissora, a TV Rádio Clube. Na época a qualidade da produção era considerada baixa, uma vez que possuíam poucos aparelhos para fazerem a transmissão. Já para Godinho (2008, p. 18) o publicitário se juntava com o

radialista para apresentar o telejornal.

O publicitário e radialista Cunha Júnior, egresso da rádio, tinha de apresentar um telejornal. Ficava atrás de uma mesa escura e simples, repleta de papéis, sentado numa cadeira dura, seus olhos se revezando entre ler as notícias em uma folha e a única câmera. Para o telespectador não dormir, a equipe colava algumas fotografias ou desenhos na parte de trás do cenário e a câmera ficava indo e voltando: Cunha Fotos, fotos-cunha. Alguns entrevistados disseram que havia queixas de pessoas tontas com aquele balanço de imagens. (Godinho, 2008 apud Temer; Ribeiro; Simão, 2014)

Apesar da forma simples, logo o telejornalismo ganhou seu espaço na casa dos goianos. Segundo Lima (2014) "A publicidade foi uma grande parceira da televisão em Goiás. Mas os anúncios se concentravam principalmente nos programas de variedades como o "teleteatro". Ou seja, a comunicação entre o telejornalismo e a publicidade sempre andaram juntas no estado. Para Temer, Ribeiro e Simão (2014).

Assim como aconteceu em nível nacional, a publicidade foi uma grande parceira da televisão em Goiás, e em 1963 a TV Goiânia ganhou sua primeira concorrente, a TV Anhanguera, que além de melhor estrutura humana, tinha a melhor estrutura técnica, e já entrou no ar com o recurso do videotape. (Temer; Ribeiro; Simão, 2014)

Em 1965, segundo o Portal JC surge a TV Anhanguera Goiânia, afiliada da Rede Globo. Mais recente, em 2009, de acordo com o Portal UFG, surgiu a TV UFG, canal educativo e cultural que teve sua concessão da Fundação RTVE (Fundação Rádio e Televisão Educativa e Cultural) liberada para estreiar no estado de Goiás.

De acordo com Godinho (2008 apud Lima, 2014, p. 19) o primeiro telejornal goiano ocorreu pela TV Rádio Clube, porém, o desenvolvimento do gênero em Goiás só foi possível pela TV Anhanguera. Lima (2014) explica que os primeiros noticiários da TV Anhanguera só eram possíveis ir ao ar por meio da radiotelegrafia, ou seja, notícias que chegavam em código morse, que funciona como sistema de representação à distância podendo conter número ou letra.

Com o crescimento das emissoras e o surgimento dos telejornais, os números de aparelhos nas residências também tiveram um salto. Em 2013 a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (ABERT) divulgou dados que apontaram que no Centro-Oeste cerca de 80% dos domicílios possuem televisão.

Já em Goiás esse número chegou em 97,2%, conclui-se que a grande maioria se interessa em acompanhar programas e telejornais na televisão, uma vez que o número pesquisado é significativo. Seguindo a ordem cronológica, em 2018, na última pesquisa divulgada até o momento pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, em 96,4% de domicílios 15 brasileiros havia um aparelho de televisão.

No Centro-Oeste, este número chega a 88,9%. Já os domicílios com televisão

com conversor para receber o sinal digital do sinal aberto, a porcentagem fica em 89,4%, na região Central do país. Secomparado com o ano anterior, houve um aumento de 8,4%. Em contrapartida, a questão histórica da televisão e da imprensa negra em Goiânia é escassa.

## **METODOLOGIA**

Como tratado no capítulo introdutório, o objetivo geral da pesquisa é compreender quais as barreiras enfrentadas por jornalistas negros nas emissoras de TV goianas, especificamente sobre as TVs UFG e Anhanguera. A partir dele, buscamos alcançar os seguintes objetivos específicos: conhecer e apresentar a realidade de jornalistas negros no telejornalismo; discutir as barreiras, os obstáculos, o preconceito e o racismo no telejornalismo e, na vida de um modo geral para com a pessoa negra; produzir um podcast sobre o tema; estimular o debate sobre o tema da inclusão na mídia e na sociedade; e exercitar os conhecimentos e habilidades adquiridas ao longo do curso de jornalismo.

Para tanto, propõe-se o desenvolvimento de um produto experimental em formato de podcast que visa analisar como esses profissionais são vistos nas emissoras de TV goianas e eles como se sentem nesses espaços. De forma mais específica, discutindo a história do telejornalismo goiano, analisando a presença de jornalistas negros ou a falta deles desde o início, como as mulheres negras se sentem nesses espaços, o padrão estético que há nessas emissoras e como o racismo social interfere na acessão social do negro até o telejornalismo.

Tendo em vista que este é um produto experimental, quanto ao objetivo a presente pesquisa é aplicada, pois busca gerar novos conhecimentos, no caso, acerca da discussão da pessoa negra no telejornalismo, bem como novos processos e/ou comportamentos, a partir da discussão da problemática proposta. Em suma, é um trabalho com objetivo prático.

Quanto ao objetivo, a pesquisa identifica-se como exploratória. Para Mattar (2001), a pesquisa exploratória compreende o levantamento de estudos de casos e levantamentos de experiências. Já Malhotra (2001) entende que a pesquisa exploratória é utilizada com o objetivo de compreender critérios e compreensões. Esta pesquisa, desse modo, designa-se com objetivos exploratórios, pois consiste em compreender a falta desses telejornalistas negros, nas emissoras já citadas, através de um levantamento de suas experiências e vivências.

Quanto a abordagem do problema, a pesquisa é qualitativa, pois estuda as barreiras enfrentadas por telejornalistas negros nas emissoras goianas. Em conformidade com o manual de pesquisa qualitativa de Guerra (2014, p. 11): "Na abordagem qualitativa, a cientista objetiva aprofundar-se na compreensão dos fenômenos que estuda – ações dos indivíduos, grupos ou organizações em seu ambiente ou contexto social". Desse modo, a abordagem do problema se dá como qualitativa, por compreender os porquês e causas da pouca representatividade de pessoas negras nas emissoras de TV

A discussão se dá dentro de um estudo de caso, visto que a presente pesquisa investiga as barreiras que as pessoas negras no telejornalismo enfrentam, já que o racismo brasileiro se faz presente em todas as etapas da vida desses profissionais. Um estudo de caso é um estudo empírico que investiga um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto da vida real, especialmente quando os limites dos fenômenos e o contexto não estão claramente definidos” (Yin, 2001, p. 32).

E, adicionalmente usamos a análise comparativa, observando as semelhanças e diferenças entre as TVs Anhanguera, uma emissora comercial, e a TV UFG, uma emissora educativa. A coleta de dados, por sua vez, se deu por meio de pesquisa bibliográfica. Para Gil (2002, p. 44), a pesquisa bibliográfica “[...] é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”.

Neste aspecto, a pesquisadora buscou analisar artigos de autores negros sobre o tema em questão, para evidenciar o lugar de fala desses profissionais. Assim, a pesquisadora buscou referências entre autores que norteiam a área de estudos raciais e a comunicação telejornalística, como: Stuart Hall (1972); Martino (2009); Baptista (2009); Barker (2008); Costa e Silveira; Sommer, (2003); Curtis, Silva e Rocha (2015) e Temer (2009).

Apoiando nos fundamentos teóricos destes autores, pretendemos desenvolver uma pesquisa de relevância científica para a academia, uma vez que a falta de representatividade desses profissionais de comunicação impacta a sociedade de forma ativa, devido a não representação da maior parte da população brasileira.

**Tabela 1 - Classificação da pesquisa**

<b>QUANTO À FINALIDADE</b>
<b>Aplicada:</b> objetiva gerar novos conhecimentos para a aplicação prática e solução de problemas, neste caso, por meio de uma série de podcasts produzir um debate acerca da inserção da pessoa negra no telejornalismo.
<b>QUANTO AO OBJETIVO</b>
<b>Exploratória:</b> tem como objetivo principal desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias e proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato, neste caso, por meio de uma série de podcasts, esclarecer sobre a falta da presença de pessoas negras no telejornalismo goiano.
<b>QUANTO À ABORDAGEM DO PROBLEMA</b>
<b>Qualitativa:</b> compreensão dos porquês e causas de um fenômeno. Estudo aprofundado de um ou mais objetos, neste caso, compreender por que há pouca representatividade de pessoas negras nas emissoras de TV goianas.
<b>QUANTO ÀS TÉCNICAS E PROCEDIMENTOS UTILIZADOS</b>
<b>Bibliográfica:</b> utiliza como fonte de informação livros, periódicos, artigos e outros documentos que serão usados na escrita e análise do texto; Elaboração de um podcast expositivo contemporâneo. Neste aspecto, a pesquisadora buscou referências entre autores que norteiam a área de estudos raciais e a comunicação telejornalística.
<b>Comparativa,</b> pois compara os padrões de duas emissoras: Anhanguera, de cunho comercial, e UFG com foco educativo.

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Mendonça, Rocha e Nunes (2008)

## ESTUDO DE VIABILIDADE

O estudo de viabilidade corresponde à estruturação dos processos para viabilização do produto proposto, a saber a série de podcasts para discutir as barreiras enfrentadas por telejornalistas negros nas emissoras de TV goiana.

Em cada episódio foi levantado questões raciais com profissionais do telejornalismo, assim visando problematizar alguns problemas como: o porquê a falta de pessoas negras nesses espaços e, conseqüentemente, a falta de representatividade; se existe racismo no âmbito de trabalho desses profissionais; e o que leva as emissoras a optar por um comunicador não negronas bancadas dos jornais.

Para tanto, com o intuito de mapear esse processo, foi usada a ferramenta de gestão conhecida como 5W2H.

O uso da planilha 5W2H é utilizada para definir direcionamentos estratégicos de um plano. A ideia é responder sete perguntas básicas para entender quais são os passos necessários para que o projeto inicial seja colocado em prática. Neste caso, essa ferramenta, permitiu estruturar a sequência de ações necessárias para produzir a série de podcasts de forma ágil e eficaz. Os 5Ws referem-se às palavras em inglês: what (o quê), why (por quê), where (onde), when (quando) e who (quem), enquanto os 2Hs referem-se às palavras how (como) e how much (quanto) (Molinari, 2004).

A seguir apresentamos todo o mapeamento e execução das ações, no formato da ferramenta 5W2H.

Tabela 2 – Mapeamento do projeto

O que será feito? (What)	Por que será feito? (Why)	Onde será feito? (Where)	Quando será feito? (When)	Por quem será feito? (Who)	Como será feito? (How)	Quanto custará? (How Much)
Definir o público-alvo	Transmitir o conteúdo certo para o público certo	Em casa	02/10/2023	Júlia	Definir o público-alvo geral, a partir das variáveis socioeconômicas, psicológicas e atitudinais - Preencher a planilha da persona para definir a persona a partir do público-alvo	Sem custos

Definir a concorrência	Buscar Inspirações para definir a minha persona	Em casa	02/10/2023	Júlia	Buscar nos principais agregadores de podcasts (spotify e outros) séries que discutam o tema (benchmarking)	Sem custos
Definir o tema	Definido na primeira parte do projeto	Em casa		Júlia	Definido na primeira parte do projeto	Sem custos
Definir os convidados	Saber sobre o que iremos falar	Em casa	03/10/2023	Júlia	Definir os convidados. Fazer e confirmar os convites - Pensar em plano B para os não confirmados	Sem custos
Definir a ilustração	Saber como transmitir o que queremos através do desenho	Em casa	03/10/2023	Júlia	Definir local - No caso Rádio AlfacaCast. Agendar as entrevistas com os convidados A partir dos agendamentos com os convidados, fazer as 04 reservas do estúdio pensar na logo e imagens com esse tema	Sem custos
Definir a personalidade	Como o meu público se sentiria atingido?	Em casa	03/10/2023	Júlia	O podcast tem um alto poder de fidelização, já que ouvir a voz de alguém é diferente de ler um texto. Assim, criar sua própria personalidade é fundamental. O tom da voz, as brincadeltras, as frases e os jargões ficam muito caracterizados.	Sem custos
Definir a frequência	Como o meu público não ficaria cansado com os episódios?	Em casa	03/10/2023	Júlia	Série com 4 episódios	Sem custos

Definir a personalidade	Como o meu público se sentiria atingido?	Em casa	03/10/2023	Júlia	O podcast tem um alto poder de fidelização, já que ouvir a voz de alguém é diferente de ler um texto. Assim, criar sua própria personalidade é fundamental. O tom da voz, as brincadeiras, as frases e os jargões ficam muito caracterizados.	Sem custos
Definir página (landing page)	Onde o meu público está?	Em casa	04/10/2023	Júlia	Sugestão: o próprio spotify	Sem custos
Definir roteiro	O que será discutido como principal?	Em casa	04/10/2023	Júlia	Vinheta de início; Apresentação dos locutores; falar data de publicação e o tema do podcast do dia; Rápida introdução para prender o público ao assunto; Vinheta transitória para avisar que vai começar; Primeiros avisos e convite para CTA; Falar sobre todo o tema do checklist (roteiro da entrevista) Preparar para o encerramento; Vinheta rápida transitória para avisar que vai terminar; Últimos avisos e convite para CTA; Encerramento.	Sem custos
Definir voz	A personalidade será certa	Em casa	04/10/2023	Júlia	Arelado à definição da personalidade	Sem custos
Treinar	Não errar na hora da gravação	Em casa	10/10/2023	Júlia	Treinar com a orientadora ou com um colega	Sem custos
Definir microfone; Definir ambiente	Não errar na hora da gravação com os entrevistados	Estúdio Unialfa	10/10/2023	Júlia	Definir com o Daniel Max como será a gravação com os entrevistados	Sem custos

Definir audacidade		Estúdio Unialfa	10/10/2023	Júlia	Selecione todo o áudio, vá no menu "efeitos" e aplique os seguintes ajustes: Amplificar: aumentar o volume do som; Redução de ruído: eliminar ruídos do ambiente e do microfone; Compressor: diminuir a diferença para nivelar os picos altos e baixos; Normalizar: aumentar ao máximo todos os picos de áudio sem perder qualidade; Equalização: ajustar os graves e os agudos.	Sem custos
Coletar entrevistas	Para edição	Em casa	Até 20/11/2023	Júlia	Gravar com todos os entrevistados a partir do roteiro	Sem custos
Fazer a locução	Para edição	Estúdio Unialfa	Até 20/11/2023	Júlia	Gravar locução com o Daniel Max	Sem custos
Fazer a edição	Finalizar o produto	Estúdio Unialfa	Até 20/11/2023	Daniel Max	Deixar todo o material com o Daniel Max para edição	Sem custos
Postar conteúdo	Disponibilizar nas plataformas	Em casa	Até 20/11/2023	Júlia	Aprovar com a orientadora o produto e colocar nas plataformas de áudio	Sem custos
Analisar os dados elaborar o relatório final	Todo o trabalho completo para a banca	Em casa	Até 20/11/2023	Júlia	Finalizar parte escrita com a orientadora e deixar tudo pronto para a banca	Sem custos
Apresentar a banca	Apresentar	Sala Unialfa	Até 05/12/2023	Júlia	Apresentar para a banca	Sem custos

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Adidas Wilsonn (2020)

## DESCRIÇÃO DO PRODUTO

O podcast PodEscurecer, descreve e discute a falta de representatividade de jornalistas negros no telejornalismo goiano. Com foco nas emissoras TV Anhanguera e TV UFG, o podcast tem como abordagem o debate com cunho reflexivo.

A programação contou com quatro episódios para o trabalho, mas a ideia é dar continuidade a esse projeto mesmo após a finalização do trabalho de conclusão de curso. Com duração de vinte minutos cada, totalizando 80 minutos de duração, os temas discutidos foram além dos desafios em entrar no mercado de trabalho. Temas como racismo, preconceitos, falta de representatividade, a inclusão na comunicação midiática e as lacunas no que tange a efetivação das legislações, também foram evidenciados.

Entre os personagens presentes estão: alunos pretos de graduação, especialistas na área de discriminação histórica e social, professores acadêmicos, cientista sociais e jornalistas, os quais por meio de testemunho e de depoimentos descreveram os paradigmas da inclusão e antirracismo para com o jornalista preto e seus impactos no convívio social.

Todos os personagens que deram entrevista foram escolhidos pautados na relevância das suas experiências e vivência para a construção do trabalho. Sempre tendo como foco principal o protagonismo do jornalista preto e o seu empoderamento social. Desse modo, levando em conta a ausência de podcasts sobre o tema, esse trabalho buscou ampliar o debate na esfera pública, reflexão e atenção a problemática apontada como forma de estímulo à mudança.

### Cronograma

Abaixo, estão apresentados os cronogramas previsto (pré projeto, TCC 1) e executado (TCC 2) para o desenvolvimento do produto de comunicação.

Tabela 3 – Cronograma de atividades planejadas e realizadas no produto experimental

Planejado		Executado	
Mês	Atividade	Mês	Atividade
Agosto	Gravar com as fontes	Setembro	Gravamos com as fontes
Setembro	Editar o projeto	Novembro	Editamos o projeto
Outubro	Finalizar o produto	Novembro	Finalizamos o produto
Novembro	Apresentação final	Dezembro	Apresentamos o produto

Fonte: Elaboração própria

Tabela 04 - Lista de convidados confirmados

Nome	Data do Convite	Forma de Envio do Convite	Data da Confirmação	Tema Previsto	Observação
Ana Carolina Temer	19/09/2023	Insta/whatsapp	11/10/2023	História do negro e da tv goiana	Gravação no dia 11/10/2023 no formato remoto
Janete Ferreira	24/09/2023	Insta/whatsapp	30/10/2023	História do negro da tv goiana	Gravação no dia 30/10/2023 no formato remoto
Sílvia Arantes	19/09/2023	Whatsapp	22/10/2023	Mulheres negras no telejornalismo	Gravação no dia 22/10/2023 no formato remoto
Janaina de Oliveira	19/09/2023	Whatsapp	19/10/2023	Mulheres negras no telejornalismo	Gravação no dia 19/10/2023 no formato remoto
Marcelo Pedro	10/10/2023	Whatsapp	26/10/2023	Padrões estéticos das pessoas negras no telejornalismo goiano	Gravação no dia 26/10/2023 no formato remoto
Anna Clelma	27/09/2023	Whatsapp	29/10/2023	Padrões estéticos das pessoas negras no telejornalismo goiano	Gravação no dia 29/10/2023, no formato remoto
Gilvan Soares	19/09/2023	Presencial	30/10/2023	O racismo na sociedade	Gravação no dia 30/10/2023 no formato presencial
Walter Hugode Souza Rodrigues	20/10/2023	Presencial	30/10/2023	O racismo na sociedade	Gravação no dia 30/10/202, formato presencial
Jota Sobrinho	30/10/2023	Presencial	30/10/2023	O racismo na sociedade	Gravação no dia 30/10/202, no formato presencial

Fonte: Elaboração própria

1.1 Diário de campo

Data: 19/09/2023 Horário: 19h00 Local: online

Foram enviados nove convites para a participação dos episódios do podcast. O envio dos convites iniciou-se em setembro de 2023, quando ainda estava na produção da primeira fase projeto. A primeira a aceitar a participar do podcast foi Anna Clelma.

Anna Clelma, é jornalista, repórter na TV UFG, negra e trabalha com pautas raciais desde a conclusão da graduação. Sua presença foi confirmada após um encontro em um evento de assessoria de imprensa, no qual fiz o convite e ela aceitou de prontidão. A confirmação da entrevista foi feita pelo WhatsApp no dia 28 de outubro de 2023 a entrevista foi feita por troca de áudios pelo WhatsApp. A proposta inicial seria sua participação no episódio "A mulher negra no telejornalismo goiano", no entanto, ela participou do episódio "O padrão estético no telejornalismo", por ter um vasto conhecimento na área, além de administrar projetos e pesquisas sobre o tema.

Juntamente com Anna, Silvia Arantes também foi convidada neste dia. Indicada pela ex professora, Amanda Costa, ela é uma mulher negra, repórter a mais de 10 anos, tendo experiências principalmente em emissoras educativas. O convite foi enviado através de mensagens diretas pelo WhatsApp, no dia 19 de outubro de 2023, e Silvia aceitou na hora.

Silvia Arantes, enviou os áudios com as respostas da entrevista no dia 22 de outubro de 2023, falando sobre a sua experiência enquanto única pessoa negra nos espaços em que trabalha. Para participar do mesmo episódio a jornalista Janaina de Oliveira foi convidada no mesmo dia, 19 de setembro de 2023 para participar do podcast, recebemos o contato dela por indicação de um ex-estudante de jornalismo na UNIALFA, Marcos Nazone, a resposta veio dia 19 de outubro, quando a mesma gravou diversos áudios respondendo as perguntas que solicitamos. Nesse dia, recebemos mensagem de mais uma convidada do meu podcast, Ana Carolina Temer. Ana Carolina entrou em contato conosco através de uma mensagem direta pelo WhatsApp, após uma mensagem que deixamos no direct com o número do celular e solicitando a entrevista.

Ana Carolina, por sua vez, mostrou-se interessada em saber mais sobre o meu trabalho e participar do podcast. Ela confirmou presença no mesmo dia e ficamos de marcar uma data para a entrevista. Ana é doutora, com experiência na área de comunicação, com ênfase em jornalismo e ditoração, atuando principalmente nos seguintes temas: comunicação, cidadania, jornalismo, telejornalismo e gêneros.

Data: 26/09/2023 Horário: 16h40 Local: online

Nesse dia mandamos mensagem através do WhatsApp, para um colega de jornalismo Gilvan Soares filho, para que pudesse entrevistá-lo sobre como é ser o único

estudante negro no oitavo período do curso de jornalismo do Centro Educacional Alves Faria, Gilvan aceitou na hora e por sua vez, mostrou-se interessado em saber mais sobre o meu trabalho e participar do podcast.

Data: 10/10/2023 Horário: 19h40 Local: online

Convidamos o repórter Marcelo Pedro para participar do podcast. O convite foi feito de forma online através do WhatsApp. A temática proposta a ser trabalhada com ele é as barreiras enfrentadas por pessoas negras no telejornalismo goiano, por conta do padrão eurocêntrico, mas não obtivemos resposta. Apenas dezesseis dias depois, Marcelo respondeu, confirmando a entrevista e já mandando os áudios com as suas falas para o podcast.

Data: 20/10/2023

Horário: 19h50 Local: online

No dia da apresentação do CEPE no Centro Educacional Alves Faria, o professor Walter Hugo de Souza Rodrigues, estava presente para avaliar diversos trabalhos e percebemos uma ótima oportunidade de conversar com ele, que é um homem negro, sobre como é ser um professor de comunicação negro e sobre a presença de alunos negros na universidade. O professor aceitou o convite e enviamos formalmente a pauta da entrevista por WhatsApp para que ele se preparasse para o nosso próximo encontro.

Data: 24/10/2023 Horário: 16h00 Local: online

Enviamos o convite a Janete Ferreira, pelo Instagram, solicitando que entrasse em contato conosco pelo WhatsApp. Janete é formada em comunicação social e direito. Atuou como repórter e produtora nas TVS Serra Dourada (SBT), Goiânia (Band), Record e Brasil Central (Cultura). Foi gerente de comunicação da extinta Agência Goiana de Comunicação (Governo de Goiás). Ela nos mandou mensagem no mesmo dia e marcamos a entrevista para o dia 30 de outubro, para ser feita de forma online pelo WhatsApp, e como combinado ela enviou os áudios pontualmente.

Data: 30/10/2023 Horário: 17h30

Local: Sala 101 Bloco B

Realizada a gravação do episódio com o professor Walter Hugo de Souza Rodrigues. A gravação foi feita de forma presencial na sala 101 do bloco B, através do recurso de gravador de voz do celular do próprio professor. A gravação iniciou-se por volta das 17h30. Ocorreu tudo bem durante a gravação, os equipamentos estavam funcionando e a conversa com o entrevistado fluiu bem.

Figura 1 – Professor gravando



Descrição de imagem: Homem negro, com óculos de grau, sentado com o microfone do celular na mão gravando para o podcast PodEscurecer.

Neste mesmo dia gravamos com o estudante de jornalismo Gilvan Soares filho, no estúdio de rádio do Centro Educacional Alves Faria, a entrevista foi rápida pois o estudante precisava entrar em aula. Foi feita através do gravador de voz do celular. A gravação iniciou-se por volta das 19h30. Ocorreu tudo bem durante a gravação, os equipamentos estavam funcionando e a conversa com o entrevistado fluiu bem

Figura 2 – Aluno gravando



Descrição de imagem: Homem negro, com bigode e barbixa, sentado com o microfone do estúdio de rádio gravando para o podcast PodEscurecer.

De forma repentina, no mesmo dia, gravamos com o jornalista Jota Sobrinho, que aceitou o convite de última hora e já nos concedeu a entrevista. Os áudios foram gravados pelo técnico do Centro Educacional Alves Faria, Daniel Max, e o jornalista Jota Sobrinho respondeu tudo de formas rápida e clara para não atrapalhar o andamento do programa.

**Figura 3 – Gravando com Jota Sobrinho**



#### Estrutura do podcast

O podcast teve cunho de debate e foi composto por quatro episódios. Cada episódio teve uma temática a ser tratada com os seguintes convidados confirmados: Ana Carolina Rocha Temer; Janete Ferreira; Anna Clelma; Janaina de Oliveira; Silvia Arantes; Marcelo Pedro; Gilvan Soares; Walter Hugo de Souza Rodrigues e Jota Sobrinho. O episódio inicial conta com a participação da autora deste projeto, Júlia Alves do Carmo.

Os episódios têm uma duração máxima de até 25 minutos. A publicação do

podcast para as plataformas de streaming de áudio foi feita através do site Spotify e está disponível através de link e QRcode, para quem quiser acessar e ouvir. O objetivo é embarcar em uma caminhada de reflexão, antirracismo e conhecimento. Os entrevistados contaram sobre suas experiências e vivências.

<https://open.spotify.com/show/41C3donCsd554UJoKx566P>



**Figura 4 - QR Code para acessar site do podcast**

### **Nome e a identidade visual e sonora**

PodEscurecer foi o nome escolhido para o programa de podcast. A escolha se deu em conjunto com a orientadora deste projeto. O nome possui um significado simbólico, no qual busca-se evidenciar as dificuldades, barreiras e obstáculos que as pessoas negras enfrentam no telejornalismo e na vida de um modo geral.

Outrossim, é a conscientização, a reflexão e incentivo à mudança. Ou seja, melhor “escurecer” para torna-los mais igualitários e democráticos, ou seja com mais pessoas pretas. Possui como objetivo trazer os jornalistas negros para o seu lugar de protagonismo, o rompimento de barreiras e o estímulo à plena inclusão em sociedade. Para a identidade visual contou-se com a ajuda de um dos alunos, César Leandro. A cor preta foi utilizada na logo do podcast por se tratar de um símbolo da luta antirracista, alcançabilidade, e a nevoa representa um sonho, esperança e liberdade. O homem negro faz um complemento, simbolizando lugar de fala, protagonismo e representatividade. A tipografia utilizada na foto oficial faz parte de toda a identidade visual do podcast.

Para a abertura dos episódios, contou-se com a ajuda do jornalista Jota Sobrinho,

que criou uma vinheta personalizada de acordo com a temática proposta. Quanto à escolha das trilhas do podcast, escolheu-se músicas reflexivas e motivacionais que falassem sobre a temática negra em toda a América, a fim de transmitir reflexão e estímulo à mudança, sendo essas “Formation, da cantora Beyonce”, “Miss beleza Universal de Bia Ferreira e Doralyce”, “Black Panther de Kendrick Lamar” e “A carne de Elza Soares”.

### Capa oficial do podcast

Figura 5 – Capa do PodEscurecer



Fonte da imagem: arte visual criada para o podcast por Júlia Carmo.

### Descrição dos episódios

Quem é Júlia Carmo? Por que esse tema? Qual o real propósito do “PodEscurecer”? Para responder a essas perguntas, resolvi falar um pouco de mim. Neste mesmo episódio, conversei com a doutora Ana Carolina Temer, sobre a história do telejornalismo brasileiro e um pouco sobre o telejornalismo de Goiás, falando principalmente sobre as emissoras de tv, UFG e Anhanguera, conversamos sobre os representantes da comunidade negra no início do telejornalismo brasileiro até os dias atuais. Além de conversar com a ex jornalista Janete Ferreira, sobre como era ser a única mulher negra em diversos espaços

do telejornalismo, as barreiras que enfrentou e como foi impedida de acessar diversos lugares no telejornalismo.

No segundo episódio, recebi a participação de Silvia Arantes, para debatermos sobre o tema “A mulher negra no telejornalismo goiano”. Conversei também com a jornalista Janaina de Oliveira sobre como é estar em um ambiente tão masculino e branco. Nesse episódio, foi abordado como não só o racismo, mas o machismo se faz presente de forma preconceituosa e limitante. Que acaba julgando a capacidade e as habilidades das mulheres negras somente com base em estereótipos sociais.

Já o terceiro episódio traz os jornalistas Anna Clelma e Marcelo Pedro que conduzem debates a respeito do padrão estético dentro das emissoras de TV goianas, falando desde a falta de pessoas nesses espaços que possuem traços negroides, até mesmo da falta de maquiagem que seja da cor da pele negra. Esse episódio traz em exclusivo a pergunta: Existe um padrão estético dentro das emissoras de TVS goianas?

No quarto episódio trago três pessoas negras para falar da perspectiva deles sobre o racismo na sociedade como um todo, falando da dificuldade do negro de ter acesso a uma universidade, e para entender sobre isso conversei com o estudante de jornalismo Gilvan Soares Filho, até a falta de alunos pretos no curso de jornalismo, assunto que o professor Walter Hugo de Souza Rodrigues abordou muito bem e claro conversei com um jornalista para falar sobre essa dificuldade no mercado de trabalho, e sobre o tema convidei o apresentador Jota Sobrinho.

## **ANÁLISE DOS RESULTADOS**

O principal objetivo das entrevistas foi gravar o programa de podcast e, ao mesmo tempo, coletar depoimentos e conhecimentos dos convidados sobre os assuntos propostos. Isso foi feito para combinar as informações das entrevistas com as informações coletadas em pesquisas de terceiros, utilizando a técnica bibliográfica.

Os autores utilizados, como Stuart Hall (1997); Martino (2009); Baptista (2009); Barker (2008); e Temer (2009) evidenciam muito bem, os aspectos retratados no presente trabalho. Na avaliação de Hall (1997), a cultura tem assumido uma importância sem precedentes no que diz respeito à estrutura e à organização da sociedade moderna tardia, sendo constitutiva em toda análise social.

Assim como o autor Guimarães (2009), evidência em sua obra que as raças não existem num sentido estrito e realista da ciência, mas sim no mundo social, e os Estudos Culturais de Martino (2009) revela, que de fato, foram à primeira escola teórica a reconhecer a presença da TV no cotidiano e desenvolver um repertório sobre a influência dela na vida em sociedade.

A doutora Ana Carolina Temer, também demonstra em sua fala, no primeiro episódio da série, que desde seu início a TV brasileira foi marcada pela questão da falta de representatividade racial e interferiu profundamente no pensamento social da época.

Assim como a ex jornalista Janete Ferreira, expõe em sua entrevista como lutou

para adentrar em espaços em que não se via e que foi pioneira em discutir questões raciais nas emissoras de TV goianas. Para Feitosa (2011), o homem é obrigado a interferir onde ele não pode interferir, ele resolve simbolicamente, cria símbolos, imagina, dá significados, que solucionem os problemas que encontra em sociedade.

De acordo com Valente (1994), os negros não podem ser retratados como passíveis a escravidão assim como não são passíveis até hoje, com relação a diversos direitos que ainda os são negados em sociedade, para a repórter Silvia Arantes e o repórter Jota Sobrinho, a questão racial nunca foi um problema, visto como fator limitante por outras pessoas negras, para eles foi como um combustível, para se destacar ainda mais dentro do telejornalismo.

Para repórter Janaina de Oliveira, a representatividade é de suma importância por possibilitar que mais parcelas da sociedade se veem em espaços hierárquicos, mostrando a resistência do povo negro. Assim como para Djamila Ribeiro em seu livro Manual Antirracista (2019) a imprensa negra é claramente um movimento de resistência que perdura até hoje. Trazem consigo as mazelas dessa classe marginalizada pela sociedade.

Como relatado por Temer (2009), os Estudos Culturais, em especial das mídias, desenvolvem um papel dentro de um sistema complexo. O que permite compreender que quem está na frente das mídias, consegue de forma direta ou indireta transmitir uma “influência” para aqueles que estão acompanhando o que é falado ou discutido.

Influência essa demonstrada pela jornalista, Ana Clelma que por ver a repórter Gloria Maria, conseguindo alcançar espaços no telejornalismo se sentiu encorajada a adentrar no meio midiático, demonstrando a importância da representatividade.

Para o repórter Marcelo Pedro a ideia da inferioridade do negro se perdura até hoje, criando diversas barreiras que o impedem de realizar o seu trabalho com real competência, assim como retratado por Alberto Sales (1866), que descreveu o pensamento dos brancos sobre os negros escravizados. “Além de ser muito diferente do europeu, debaixo de muitos pontos de vista”, inferioridade essa evidenciada pelo jornalista.

Para o professor Walter Hugo de Souza Rodrigues a questão da falta de representatividade do homem negro perpassa pelo racismo velado, que evidenciado por Guimarães (2009) ainda se detém em práticas, na tentativa de mascarar o racismo e as desigualdades raciais brasileiras. E ainda relacionando ao autor fica evidente o uso desse vocabulário racista, como o uso dos termos ‘escurinhos’, ‘morenos’, ‘roxinhos’, ‘azulinhos’, na fala do entrevistado Gilvan Soares, que diversas vezes foi diminuído com termos racistas. Sendo assim, fica evidente, que culturalmente falando não só a falta de pessoas negras no telejornalismo não é discutida e muito menos retratada, mas a falta de representatividade é parece ser também uma questão culturalmente uma questão normal para grande parcela da população brasileira.

A pesquisa qualitativa desempenhou um papel importante ao investigar as possíveis causas do problema. Obtida por meio das entrevistas, ela foi necessária para compreender os aspectos subjetivos que afetam a visibilidade dos telejornalistas negros. Além disso, a pesquisa deu mais espaço para o protagonismo dos jornalistas negros,

permitindo que eles compartilhassem suas próprias experiências.

Com o objetivo exploratório, foram levantados dados sobre as barreiras enfrentadas por pessoas negras no mercado de trabalho, de forma geral. Esses dados revelaram desafios, como falta de pessoas negras em cargos de chefia, discriminação, falta de igualdade salarial e necessidade de adaptações específicas, como maquiagens para diferentes tons de pele.

Nas entrevistas realizadas para a gravação do podcast, os estudantes negros e profissionais evidenciaram, com exemplos pessoais, a realidade dessas barreiras. Entre as informações coletadas, houve concordância entre os participantes em relação à desvalorização e à falta de oportunidades enfrentadas pelos telejornalistas nas emissoras de TVs goianas, além do impacto dessas barreiras em seu desenvolvimento acadêmico, profissional e pessoal.

Ao combinar dados secundários estatísticos e bibliográficos coletados na fase inicial da pesquisa com os dados primários qualitativos obtidos nas gravações do podcast, fica evidente que as barreiras enfrentadas por telejornalistas negros nas emissoras de TV goianas estão relacionadas a questões raciais e sociais.

Na análise comparativa das emissoras de TV, a TV Anhanguera, se mostrou muito menos plural que a TV UFG. Hamer muller e Amanda Farias (2018) que realizaram um estudo dos programas da Tv Rede Globo, evidenciaram um número total de 12 jornalistas negros em tela durante o mês de abril de 2018. Vale ressaltar que nenhum telejornal possui, atualmente, um apresentador negro fixo, apenas plantonistas.

Esse número se torna ainda menor, na afiliada da Rede Globo, a TV Anhanguera, que não possui nenhum apresentador negro atualmente em suas bancadas, além de ficar evidente em relatos como das ex jornalistas Janaina de Oliveira e Janete Ferreira, que elas foram as únicas pessoas negras no ambiente de trabalho.

Constatou-se, portanto, que o número de jornalistas negros que compõem o quadro de repórteres e apresentadores dos telejornais de âmbito regional da Rede está aquém das expectativas esperadas, quando levamos em consideração a quantidade de pessoas negras presentes na sociedade brasileira como um todo.

Na TV UFG a questão da diversidade racial se torna mais abrangente, por ser um TV educativa e cultural, o perfil dos jornalistas que compõem o quadro de funcionários se torna muito mais amplo, possuindo no mínimo dois jornalistas negros que aparecem em tela como a repórter Ana Clelma e Janaina de Oliveira.

E contando também com o apresentador Marcelo Pedro. Números que se tornam mais expressivos em relação a TV Anhanguera, mas ainda se mostra muito tímidos quando relacionado a necessidade de representatividade da população brasileira.

Esses resultados reforçam o conteúdo desta pesquisa, demonstrando como a pouca representação negra nesses telejornais diminui as pretensões de estudantes e, inclusive, de outros jornalistas negros, pois não veem muito espaço para si, internalizando a ideia de que não serão aceitos nesses espaços, considerados de referência na área do jornalismo.

O racismo, a discriminação e a ausência de suporte adequado impedem a plena participação e a igualdade de oportunidades para esses jornalistas. É fundamental promover a conscientização, a inclusão e a adoção de medidas que garantam a igualdade de acesso e sucesso acadêmico e profissional para todos, independentemente de sua cor.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao longo desse estudo percebeu-se que pouco ou nada é retratado ou discutido acerca dos obstáculos vividos por jornalistas pretos no campo de trabalho e na vida humana, de um modo geral. O que torna os temas inclusão e igualdade ainda pouco explorados.

Por ser pouco retratados são entendidos como fatores limitantes, que, por sua vez, causa uma sensação de falsa impotência no indivíduo diante da sociedade. Não é de hoje a luta de pessoas pretas pelo acesso e garantia de seus direitos. Apesar de diversos progressos e conquistas ao longo da história, elas ainda se veem obrigadas a lidar com os mais diversos obstáculos. Além de comportamentos sociais, como o racismo e discriminação, que põem em dúvida a capacidade desses profissionais e os impedem de acessar diversos espaços como o telejornalismo.

Muitas vezes as emissoras de TV goianas não possuem estrutura adequada para receber e atender as necessidades desses profissionais. Ou até mesmo, não percebem que jornalistas negros são a minoria dentro das emissoras. Isso se dá desde obstáculos de acesso à universidade de jornalismo, seja por baixa renda ou outros, como na ausência de apoio, e incentivo a mudança.

Diante desse aspecto, é bem notória a baixa inclusão de pessoas pretas no telejornalismo, de forma que, apesar do estabelecimento de leis e cotas que asseguram os seus direitos à cidadania e à educação, ainda há uma forte ausência desse grupo no telejornalismo e na sociedade, de um modo geral.

Apartir da realização do podcast com debates entre pessoas negras e especialistas no tema, foi possível identificar e abordar diversas barreiras enfrentadas por telejornalistas negros nas emissoras de TV goianas. Durante as entrevistas, os participantes ressaltaram a questão do preconceito, revelando que muitas vezes ele não aparece de forma escancarada, mas algo mais velado e estrutural, o que dificulta bastante o entendimento e a denúncia para tais casos. Esses preconceitos incluem a visão de que as pessoas pretas são incapazes ou vitimizadas, desconsiderando sua capacidade de enfrentar desafios e alcançar seus objetivos profissionais.

Os relatos dos entrevistados também revelaram experiências pessoais de discriminação e preconceito, demonstrando a existência de obstáculos reais que pessoas negras enfrentam no cotidiano e na trajetória profissional. Essas dificuldades impactam significativamente a vida dessas pessoas, afetando sua autoestima, confiança e motivação para prosseguir no telejornalismo.

Diante dessas conclusões, é fundamental que as emissoras de TV goianas adotem

medidas efetivas para promover a inclusão e garantir condições adequadas de acesso e permanência para telejornalistas negros. Isso envolve a implementação de políticas inclusivas, a oferta de políticas públicas por parte do governo para implementar mais educação entre a comunidade negra, e a cobrança social de que esses espaços sejam mais igualitários. Somente através dessas ações será possível superar as barreiras e desafios enfrentados pelos jornalistas negros no telejornalismo goiano.

Um fator que chamou a atenção quando finalizado o trabalho foi a falta de informações, sejam dados bibliográficos ou quantitativos sobre a diversidade étnica dentro das emissoras goianas, além da falta de artigos e dados sobre o início do nosso telejornalismo.

Esta pesquisa iniciou um piloto de discussão sobre a inserção do jornalista negro no telejornalismo. Contudo, por este ser apenas um projeto experimental, objeto do trabalho de conclusão de curso desta autora, não foi possível definir a quantidade real de telejornalistas negros nas TV UFG e TV Anhanguera. Para uma futura agenda de pesquisa, seria interessante que outros jornalistas ou pesquisadores fizessem a pesquisa quantitativa, para aprofundar na análise com dados reais sobre a falta de telejornalistas negros nas emissoras de TV goianas.

Porém, na análise deste estudo é possível concluir que das pessoas estudadas da TV Anhanguera, nota-se semelhança em vários aspectos, reacendendo a ideia que existe pouca diversidade e representatividade na emissora. Já na TV UFG a questão muda e abre em dois lados. O primeiro mostra que os apresentadores são bem diferentes do que se costuma ver nas TVs, mas por outro lado, ela é única, não havendo pluralidade na apresentação de um telejornal nos demais veículos.

Concluindo então que o grau de diversidade no telejornalismo goiano na análise dos negros, é baixo já que, apesar de terem características específicas, falta sim, representação da mulher negra, do cabelo crespo, do homem negro. O papel da luta e busca por telejornais mais diversificados, plurais e representativos é também do jornalista, pois a sociedade precisa se identificar com o que vê à frente das telas, para que de certa forma, se sintam representados com o que veem. Falta, portanto, diversidade no telejornalismo goiano.

## **REFERÊNCIAS**

ALBUQUERQUE, W.; FRAGA FILHO. Uma história do negro no Brasil. Brasília: Fundação Cultural Palmares, 2006.

BAPTISTA, M. M. Estudos culturais: o quê e o como da investigação. *Revue électronique d'études françaises de l'APEF*, v. 1, n. especial, 2009. Disponível em: <https://journals.openedition.org/carnets/4382>. Acesso em: 08/03/2023.

BRASIL. Decreto-Lei n. 236, de 28 de fevereiro de 1962. Complementa e modifica a Lei

número

4.117 de 27 de agosto de 1962, Código Brasileiro de Telecomunicações. Presidência da República, Brasília, 1962.

BASTIDE, R. Estereótipo de negros através da literatura brasileira. Boletim de Sociologia, n. 3, São Paulo, FFLCH-USP, 1953, p. 9-27

CALINDRO, A. R. V. A colocação dos pronomes clíticos em O Patrocínio: período imprensa negra de Piracicaba. 2009. 177f. Dissertação (Mestrado em Filologia e Língua Portuguesa) - Departamento de Letras Clássicas e Vernáculas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

CARVALHO, José Jorge de. As propostas de cotas para negros e o racismo. 2002, p. 2  
CHOULIARAKI, L.; FAIRCLOUGH, N. Discourse in late modernity: rethinking critical discourse analysis. Edimburgo: Edinburg University Press, 1999.

COLLINS, Patrícia Hill. Rasgos distintivos del pensamiento feminista negro. In: JABARDO, Mercedes (Ed.). Feminismos negros: una antología. Villatuerta: Traficantes de Sueños, 2012. p. 33-38.

CÓDIGO. Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros. Federação Nacional dos Jornalistas, Vitória, 2007. Disponível em: [https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo\\_de\\_etica\\_dos\\_jornalistas\\_brasileiros.pdf](https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf). Acesso em: 08/03/2023

COSTA, M. V.; SILVEIRA, R. H.; SOMMER, L. H. Estudos culturais, educação e pedagogia. Rev. Bras. Educ., n. 23, mai./jul. 2003. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/rbedu/n23/n23a03.pdf>. Acesso em: 08/03/2023

CONCEIÇÃO, B. A. O negro. O Patrocínio, São Paulo, n. 55, p. 1, out.1930.

CURTIS, C.; SILVA, P. ROCHA, M. Estudos Culturais e Cultura da Mídia: uma proposta de leitura da telenovela Avenida Brasil. XIV Congresso Brasileiro das Ciências da Comunicação na Região Sul, Joinville, 04 a 06 de junho de 2015. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/sul2015/resumos/R45-1248-1.pdf>. Acesso em: 08/03/2023

CRESWELL, John W. Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto. Trad. Magda Lopes. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

CRESWELL, John W.; POTTH, Cheryl N. Qualitative inquiry and research design: choosing among five approaches. 4th ed. Thousand Oaks, CA: Sage, 2018.

DOMINGUES, P. A nova abolição. São Paulo: Selo Negro, 2008.

DOMINGUES, P. Uma história não contada: negro, racismo e branqueamento em São Paulo no pós-abolição. São Paulo: Senac, 2004.

FERRARA, M. N. A imprensa negra paulista (1915-1963). São Paulo: FFLCH/USP, 1986.

FARIAS, L. A.; PENAFIERI, V.; MIANO, B. O storytelling como estratégia das relações públicas para a promoção da humanização. XIV Congresso Internacional de Comunicação - Ibercom 2015. Disponível em: <http://www3.eca.usp.br/sites/default/files/form/biblioteca/acervo/producaoacademica/002759384.pdf>. Acesso em: 10/04/2023

GENTILLI, V. O conceito de cidadania, origens históricas e bases conceituais: os vínculos com a Comunicação. Rev. Famecos, Porto Alegre, n. 19, dez. 2002. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3184/2451>. Acesso em: 08/03/2023

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GUIMARÃES, A. S. A. Racismo e anti-racismo no Brasil. 2. ed. São Paulo: Editora 3, 2009.

GRUPO JAIME CAMARA. TV Anhanguera. Disponível em: <https://www.gjccorp.com.br/#/servicos/televisao>.

GOUVEIA, C. Análise crítica do discurso: enquadramento histórico. In: PEDRO, E. R. (Org.). Análise crítica do discurso: uma perspectiva sociopolítica e funcional. Lisboa: Editorial Caminho, 1997, p. 339 - 356.

GRENOUILLEAU, Oliver Pétré. A história da escravidão. São Paulo: Boitempo, 2009.

GOMES, Nilma Lino. Educação, identidade negra e formação de professores/as: um olhar sobre o corpo negro e o cabelo crespo. Educação e Pesquisa, São Paulo, v.29, n.1, p. 167-182, jan./jun. 2003.

HALL, Stuart. (1992a) "The question of cultural identity". In: Hall, S., Held, D., & McGrew, A. (eds.).

HALL, S. (ed.,) (1997) Representation: cultural representations and signifying practices, Londres, Sage/The Open University (Livro 2 desta série).

IBGE. Pretos ou pardos estão mais escolarizados, mas desigualdade em relação aos

brancos permanece. Estatísticas Sociais, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2019. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agenciade-noticias/releases/25989-pretos-ou-pardos-estao-mais-escolarizados-mas-desigualdade-em-relacao-aos-brancos-permanece>. Acesso em: 15/05/2023

IBGE. Uso de internet e celular no Brasil. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE Educa. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/20787-usode-internet-televisao-e-celular-no-brasil.html>. Acesso em: 15/05/2023

IMPrensa. Perfil racial da imprensa brasileira, 2021.

JABARDO, Mercedes. Feminismos negros: uma antologia. Villatuerta: Traficantes de Sueños: 2012.

JESS SOUZA. A construo social da subcidadania para uma sociologia politica: 2004.

KISCHINHEVSKY, M.; CHAGAS, L. Diversidade não é igual à pluralidade: proposta de categorização das fontes no radiojornalismo. Galaxia (São Paulo, online), n. 36, p. 111-124, set./dez. 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/gal/n36/1519-311X-gal-36-0111.pdf>. Acesso em: 15/05/2023

KOVACH; B.; ROSENSTIEL, T. Os elementos do jornalismo. Porto: Porto Editora, 2004.

LOPES, R. H. Estudos Culturais – O que são? O que estuda? Quais os objetivos? Gestão Educacional. Disponível em: <https://www.gestaoeducacional.com.br/estudos-culturais-o-quesao/>. Acesso em: 19/05/2023

LOPES, F. Mulheres negras e não negras vivendo com HIV/Aids no estado de São Paulo: um estudo sobre suas vulnerabilidades. 2003. Tese (Doutorado) - Faculdade de Saúde Pública, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2003.

MAFFEO, P.; POLITI, C. Como fazer um podcast. Spreaker; Tracto, 2020. Disponível em: <https://try.spreaker.com/como-fazer-um-podcast/>. Acesso em: 19/05/2023

MARTINO, L. M. S. Teoria da comunicação: ideias, conceitos e métodos. Petrópolis: Vozes, 2009.

MATTOS, S. A diversidade cultural e o regionalismo na TV brasileira. Rev. IHU on-line, v. 343, set. 2010. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/artigo/3511-coluna-docepos-7>. Acesso em: 19/05/2023

MEDEIROS, M. S. Podcasting: produção descentralizada de conteúdo sonoro. XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Uerj, 5 a 9 de setembro de 2005. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/84071885084469832222151638470992010359.pdf>.

Acesso em: 19/05/2023

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de metodologia científica.

8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MATTAR, João. Metodologia científica na era digital. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2017. Até a 3. ed., o título era: Metodologia científica na era da informática.

NEGRINI, M. M.; CALLEGARO, R. S.; MENUCCI, J. M. Debate sobre a cidadania na busca pela democracia de massas. Rev. Observatório, Palmas, v. 3, n. 4, p. 540-561, jul-set. 2017. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/download/3738/9796/>. Acesso em: 19/05/2023

PEREIRA, A. A. Movimento negro brasileiro: aspectos da luta por educação e pela reavaliação do papel do negro na história do Brasil ao longo do século XX. Anais do XXVI Simpósio Nacional de História, São Paulo, 2011.

PAIXÃO, P. Linha editorial no jornalismo brasileiro: conceito, gênese, e contradições entre a teoria e prática. Rev. Alterjor, v. 8, n. 17, jan./jun. 2018. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/137224>. Acesso em: 19/05/2023

PASSOS, G. T. S. O processo de regulamentação da produção de conteúdo regional na TV brasileira: A tramitação do Projeto de Lei 256/1991 no Congresso Nacional. 187 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade de Brasília, Brasília, 2016. Disponível em: [https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/22230/1/2016\\_G%C3%A9nioT%C3%A1ssiodaSilvaPassos.pdf](https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/22230/1/2016_G%C3%A9nioT%C3%A1ssiodaSilvaPassos.pdf). Acesso em: 19/05/2023

PATERNOSTRO, V. I. O texto na TV: manual de telejornalismo. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1999.

PRIMO, A. Para além da emissão sonora: as interações no podcasting. Intexto, Porto Alegre, v. 2, n. 13, p. 1-23, jul./dez. 2005. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/4210>. Acesso em: 20/08/2023

REZENDE, G. J. Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial. São Paulo: Summus, 2000.

ROCHA, S. M. Estudos culturais e estudos de mídia: modos de apresentação dos sujeitos em programas televisivos. *Líbero*, v. 11, n. 21, jun. 2008. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/Estudos-culturais-e-estudos-dem%C3%ADdia.pdf>. Acesso em: 20/08/2023

SALATIEL, J. R. 60 anos da TV no Brasil: da improvisação ao vivo à era digital. *Uol Atualidades*. Disponível em: <https://vestibular.uol.com.br/resumo-dasdisciplinas/atualidades/60-anos-da-tv-no-brasil-da-improvisacao-ao-vivo-a-eradigital.htm#:~:text=A%20primeira%20emissora%20de%20televisão,18%20de%20setembro%20de%201950>. Acesso em: 20/08/2023

SAJI, G. S. M. Gestão da diversidade no Brasil: apresentação de um modelo brasileiro. 62 f. Dissertação (Mestrado em Administração), Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2005. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/5738/107942.PDF> 40. Acesso em: 20/08/2023

SANTANA, A. Há 67 anos, a TV brasileira nascia com a estreia da TV Tupi. *Observatório da TV*, 2017. Disponível em: <https://observatoriodatv.uol.com.br/noticias/ha-67-anos-a-tvbrasileira-nascia-com-a-estreia-da-tv-tupi>. Acesso em: 20/08/2023

SILVA, J. C. G. da. Os sub-urbanos e outra face da cidade: negros em São Paulo (1900-1930): cotidiano, lazer e cidadania. 1990. Dissertação (Mestrado em Antropologia social) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade de Campinas

SENZALA. Casa Grande e Senzala. Gilberto Freyre. 1933. SITIUEG, [stiueg.org.br/Documentos/7/582.pdf](http://stiueg.org.br/Documentos/7/582.pdf)

THOMPSON, J. B. Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Trad.: Grupo de Estudos sobre Ideologia, Comunicação e Representações Sociais da Pós-Graduação do Instituto de Psicologia da PUCRS. 5. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995. William Okeley s.n.t.

TEMER, A. C. R. P. O nacional e o local: um estudo comparativo entre jornais no Brasil. *Rev. Latino-amer. Jornal*, João Pessoa, v. 7, n. 2, jul./dez. p. 140-159, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ancora/article/view/48484/31404>. Acesso em: 21/09/2023

THOMPSON, J. B. Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Trad.: Grupo de Estudos sobre Ideologia, Comunicação e Representações Sociais da Pós-Graduação do Instituto de Psicologia da PUCRS. 5. ed.

Petrópolis, RJ: Vozes, 1995. William Okeley s.n.t.

TÚLIO, S. Veja momentos importantes dos 55 anos da TV Anhanguera. G1 Goiás, 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/go/goias/noticia/2018/10/24/veja-momentosimportantes-dos-55-anos-da-tv-anhanguera.ghtml>. Acesso em: 21/09/2023

VANASSI, G. C. Podcasting como processo midiático interativo. Universidade de Caxias do Sul, 2007. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/vanassi-gustavo-podcasting-processomidiatico-interativo.pdf>. Acesso em: 21/09/2023

VASCONCELOS, T. O jornalismo e a construção social da realidade. Observatório da Imprensa, ed. 674, dez. 2011. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/ed674-o-jornalismo-e-aconstrucao-social-da-realidade/> 41. Acesso em: 21/09/2023

VALENTE, Ana Lúcia E. F. Ser negro no Brasil hoje. 11. Ed. São Paulo: Editora Moderna, 1994. WODAK, R.; MEYER, M. (Ed.). Methods of critical discourse analysis. Londres: Sage, 2001.

WOLF, N. O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

YIN, Robert K. Estudo de caso: planejamento e métodos. Trad. Daniel Grassi. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

**UNIALEFA**