

platônicos, perseguem as sombras, crendo que atrás delas estão guardados os ideais que buscam.

— Humildade — soou a voz do mais velho, agora firme e clara.

Começaram a apagar as luzes, recolher copos e garrafas, juntar pilhas de papel e livros. A jovem falou baixo e devagar:

— Sim, é isso, meu velho. Humildade. Quanto mais um repórter sabe sobre um assunto, mais ele sabe como é fugidia a verdade.

O saber é humilde, como é o amor. Uma notícia breve. À qual devemos a vida. Os três disseram-se boa-noite. Digo, bom-dia.

## DIVERSIDADE NA PAUTA E NAS REDAÇÕES

*Helena Celestino*

HELENA CELESTINO é jornalista, colaboradora da revista de cultura do *Valor Econômico* e prepara o livro *Envelhecer não é para fracos*, sobre o envelhecimento de feministas da geração 68. Helena foi editora executiva de *O Globo* por treze anos, manteve de Londres uma coluna sobre assuntos internacionais no jornal, foi correspondente em Paris e Nova York, participou de inúmeras coberturas internacionais. Com mestrado em antropologia, etnologia e ciências da religião na Universidade Paris VII, é formada em comunicação pela UFRJ.

*Tribuna da Imprensa*, 21 de dezembro de 1981

Senhor Redator, eu tive o desprazer de ler uma reportagem neste jornal sobre um grupo de mulheres que quer combater a violência que elas dizem sofrer. O nome desse grupo é SOS Mulher e fala em agressões que as mulheres vêm sofrendo há muito tempo, desde agressões físicas até discriminação no trabalho. Minha verdadeira impressão é que as mulheres que compõem esse grupo não têm o que fazer em casa. Nem mesmo sexo, pois devem ser solteironas (ou desquitadas), classe média, extravasando esse complexo através do que dizem ser “uma luta” contra a violência. Só porque uma ou outra mulher andou levando uns tapas de seus maridos, possivelmente com razão, elas se acham no direito de reclamar e pichar muros pela cidade (vi na foto da reportagem).

ESSA CARTA, DE UM LEITOR INDIGNADO, é lida no último capítulo do podcast “Praia dos Ossos”, sucesso da Rádio Novelo garantido por 1,2 milhão de downloads a cada episódio. Em oito capítulos, a produtora carioca reconta o assassinato da bela, sedutora e rica Ângela Diniz, morta com quatro tiros disparados contra ela no penúltimo dia de 1976 por Raul Fernando do Amaral Street, o namorado playboy de Ângela, conhecido na sociedade carioca como Doca Street. O crime aconteceu horas depois de uma discussão entre eles, numa casa à beira-mar em Búzios, balneário do Rio de Janeiro. Ao narrarem essa história, a tradutora e jornalista Branca Vianna e a pesquisadora Flora

Thomson-DeVeaux fazem uma maravilhosa reconstituição do machismo da elite da época e de seu estranho hábito de andar armada. Mostram como esse assassinato e seu julgamento marcaram uma virada no tratamento dado às mulheres pelos meios de comunicação brasileiros, pressionados por um movimento feminista fortalecido ao expor a “justiça patriarcal”. Os jornais ainda chamavam os feminicídios de “crimes passionais”, e a genialidade do advogado Evandro Lins e Silva transformou um assassino confesso num legítimo defensor da sua honra, afrontada pela vítima.

“Raul Street confessa crime em Juízo e sai aplaudido na saída”, mancheteu o *Jornal do Brasil* em 9 de fevereiro de 1977. Como o *JB*, a imprensa foi receptiva à narrativa sobre Doca e Ângela construída pela defesa do assassino. A vítima seria uma mulher fatal que enlouquecera aquele pobre homem, enredado na teia tecida por ela. Já Doca seria um ser passionai, o herói trágico que destrói sua vida ao destruir a de Ângela. “Essa tese foi ‘comprada’ pela mídia profundamente machista daqueles anos. Dá para ver o Judiciário operando a imprensa”, comenta Branca. Ao fim do julgamento, em outubro de 1979, Ângela Diniz estava condenada, o machismo, absolvido, e Doca Street tinha virado um herói romântico, livre para escolher uma vida nova.

Só que o clima mudou. Foram dois anos entre a primeira e a segunda vez de Doca nos tribunais mas, nesse meio-tempo, a História acelerou. “Parecia outro país”, diz no podcast um advogado que participou dos dois julgamentos do assassino de Ângela Diniz. A ditadura militar caminhava para o fim, a Lei de Anistia fora assinada naquele 1979, os exilados políticos voltavam e, entre eles, as brasileiras que viveram o feminismo em Paris. Até então dispersas, elas se uniram e, em um abaixo-assinado publicado no mesmo *JB*, declararam que o julgamento de Doca expressava a maneira pela qual a sociedade no Brasil resolvia as relações de poder entre os sexos: “O sexo masculino, aqui representado pelo senhor Raul Fernando do Amaral Street, pode impunemente punir uma mulher que não corresponde a seu papel tradicional.”

Na volta de Doca ao tribunal, em novembro de 1981, as femi-

nistas em vigília o esperavam, com cartazes e faixas: “Sem punição, mais mulheres morrerão”; “O silêncio é cúmplice da violência”. Outros grupos saíram às ruas em protestos e cobriram com grafites os muros de Rio de Janeiro, Recife, Belo Horizonte, São Paulo. “Quem ama não mata”, as mulheres gritavam e grafitavam as cidades. Doca Street foi condenado a quinze anos de prisão e saiu do Fórum vaiado pelo povo que antes o aplaudira. Foi nesse contexto que o leitor, revoltado, escreveu a carta para a *Tribuna da Imprensa*. “Aqui em casa não tem nada disso, e minha patroa está mesmo preocupada é em cuidar das crianças e da casa, dentro de princípios cristãos, respeitando a propriedade alheia e as vontades do seu marido”, acrescentou.

Aquela velha palavra de ordem das redações, de que o leitor tem sempre razão, não encontrou o menor eco dessa vez. O movimento feminista saiu vitorioso e a imprensa acompanhou o espírito do tempo. “A cobertura do segundo julgamento foi menos espetacular do que a do primeiro, era muito mais equilibrada”, avalia a pesquisadora Flora. Foi um momento simbólico. Nunca mais as mídias publicaram que uma vítima de feminicídio merece morrer porque é uma “vadia” nem ousaram chamá-la de “prostituta escarlate”. Era a nova mulher entrando na pauta da mídia, em consonância com os novos valores e os ventos de liberdade soprando pelo mundo.

Mais de quarenta anos depois, o lado arcaico do Brasil de 1976 ainda perdura e, pior, fortaleceu-se após 2018-2019. A guinada ultraconservadora do governo Jair Bolsonaro provocou recuos nas políticas públicas, ameaçando direitos já conquistados por mulheres, negros, pela comunidade LGBTQIA+, por indígenas e ambientalistas. Eleito em outubro de 2018, com forte discurso em defesa da família tradicional e com apoio dos evangélicos, o presidente fez das questões de direitos humanos, de gênero, sexo, raça e meio ambiente os alvos maiores de uma guerra cultural, replicando o manual dos regimes populistas de extrema direita.

A agenda extremista e o ambiente hostil às liberdades individuais impostos ao país tiveram efeitos inesperados no jornalismo.

Atacadas e acusadas de todos os males pelos bolsonaristas, a mídia tradicional e as startups de jornalismo adotaram uma posição de resistência aos retrocessos e negacionismos saídos do Executivo. Pela primeira vez, a velha e a nova mídia aproximaram-se com a adoção de pautas similares: ambas reagiram ao autoritarismo e assumiram a diversidade como causa e valor civilizatório — com exceção, claro, das atreladas ao governo.

Mais dúvida tem sido a posição dos grupos de comunicação tradicionais ao tratarem da inclusão, como cidadãos, dos moradores de áreas periféricas, constantemente na mira da violência policial, das milícias e dos grupos armados. Deveria ser uma obviedade a mídia se posicionar contra o racismo, o extermínio dos povos indígenas, a violência que mata pobres nas periferias. Ou defender os direitos humanos, as liberdades individuais, a igualdade de direitos, independentemente de gênero, classe social e raça. Só que não. É em torno da criminalização dessa agenda civilizatória que o governo Bolsonaro energiza seus apoiadores e as bancadas “da bala”, “da Bíblia” e “do boi” no Parlamento.

Também são esses os temas que vêm redesenhando a geografia da alma brasileira, revelando-a menos parecida com o modo como gostávamos de nos ver: menos generosa e mais intolerante, menos afetiva e mais violenta do que os estereótipos que nos mostravam como povo alegre, sem preconceitos e aberto ao mundo. É esse também o foco dos movimentos sociais e da maioria das startups de jornalismo, muitas delas fundadas por profissionais saídos da grande mídia por discordarem do espaço e do tratamento dado até há pouco a essas pautas.

Nos Estados Unidos da era Trump, a mídia também ficou menos neutra ao cobrir a gestão do então presidente, modelo inspirador de Bolsonaro. Diante das absurdas distorções da realidade do agora ex-inquilino da Casa Branca, o *New York Times* recorreu a denúncias constantes contra ele e à checagem de fatos a cada tuíte ou discurso do então chefe do Executivo. Aposentou, assim, a velha norma de ouvir o outro lado sempre que alguém é acusado — e Donald Trump sempre estava acusando ou culpando alguém

ou algum país por problemas causados por ele próprio ou por suas políticas. “Trump fez a imprensa ser grande de novo, em parte por sua obsessão com ela”, disse Ben Smith, colunista de mídia do *New York Times*.<sup>1</sup>

O *Washington Post* contou diariamente as mentiras de Trump: 22 mil até agosto de 2020, mês da nomeação dele pelo Partido Republicano para disputar a reeleição à Presidência naquele ano. Sob pressão de uma nova geração de jornalistas, a mídia passou a chamar mentira de mentira e racismo de racismo ao reportar os discursos e tuítes de Trump. Esse *modus vivendi* estabelecido entre os jornalistas e o presidente radicalizou-se quando, logo após as eleições, as televisões cortaram a palavra do candidato republicano por ele denunciar, sem prova alguma, fraude na votação. E virou guerra aberta a partir da convocação de Trump a seus aliados para uma invasão armada do Capitólio, sede do Parlamento. Pediu que “lutassem como loucos por seus direitos”, isto é, que impedissem a confirmação dos democratas Joe Biden e Kamala Harris como presidente e vice dos Estados Unidos na cerimônia no Congresso do dia 6 de janeiro de 2021.

Na confusão, morreram cinco pessoas e Trump tornou-se o primeiro presidente americano a sofrer dois processos de impeachment. A maioria dos jornais, das televisões e dos sites considerou o tumulto um ato de terrorismo doméstico, incitado pelo ainda presidente e por seus delírios com roubo de votos republicanos. “Trump é culpado pelo ataque ao Parlamento”, acusou o *New York Times* em editorial no dia seguinte. “Um presidente fora da lei, imoral e aterrorizador tem de deixar o cargo imediatamente”, sentenciou o colunista Bret Stephens. Apesar de terrível, a ação armada no Parlamento era uma consequência previsível das teorias conspiratórias da extrema direita e do próprio Trump veiculadas pela internet e pela mídia aliada durante anos.

A radicalização política, incentivada no Brasil por Bolsonaro e nos Estados Unidos por Trump, aumentou a procura por jornalismo confiável e alavancou o crescimento das mídias aqui e lá. Desde a eleição de 2016, da qual Trump saiu vitorioso, os grandes

grupos de comunicação americanos viram aumentar exponencialmente as assinaturas digitais e/ou audiências: a Fox News, quase um braço de propaganda da gestão Trump, manteve sua liderança e elevou o faturamento do grupo em 18% só no último trimestre de 2020. Na CNN e na MSNBC, foram as inúmeras horas devotadas a críticas a Trump que levaram os dois canais de assinatura a bater recorde histórico de audiência no período, o melhor resultado, respectivamente, em quarenta e 24 anos. “Era a terapia noturna dos progressistas”, disse-me, em entrevista, Todd Gitlin, professor da Escola de Jornalismo da Universidade Columbia.

O *New York Times*, também extremamente crítico ao populismo de direita do governo, dobrou o lucro e as assinaturas digitais, pela primeira vez em maior número do que as da versão em papel do jornal. Nos Estados Unidos, esse fenômeno foi batizado de “Trump Bump” e, mesmo sem esse nome, repetiu-se aqui.

No ano em que mais interagimos com o mundo através das telas, os sentimentos fortes despertados pela polarização política e pela pandemia de covid-19 nos levaram à busca incessante por informação. Isso fez de 2020 um ano de revitalização do jornalismo e das mídias no Brasil, tanto as tradicionais quanto as startups. Prova são os recordes de audiência e o aumento do número de assinantes. A GloboNews exibiu o melhor desempenho dos seus 25 anos de existência, com 30 milhões de espectadores ligados no canal por assinatura, segundo informações do Grupo Globo. A audiência do *Em Pauta*, programa de análise de notícias do canal, aumentou 43% e o *Jornal Nacional*, da TV Globo, foi visto por 44,2 milhões de pessoas, o maior público diário em catorze anos. O G1, site de notícias do grupo, também apresentou recorde durante a cobertura das eleições municipais, em novembro: foram 93 milhões de visitas. O mesmo aconteceu com os três maiores jornais, que registraram avanços nas assinaturas digitais: crescimento de 31% em *O Globo*; 20% na *Folha de S.Paulo*; e 13% em *O Estado de S. Paulo*, segundo o Instituto Verificador de Comunicação (IVC).

Num outro distante ponto do planeta mídia, o The Intercept Brasil — site fundado pelo jornalista americano Glenn Greenwald

e focado em pautas investigativas — teve um pico de assinaturas no dia da posse de Bolsonaro, em 1º de janeiro de 2019. E ainda um segundo *boom* em junho, com a publicação das matérias da Vaza-Jato, série de reportagens com base no vazamento da troca de mensagens, no aplicativo Telegram, entre o então juiz Sergio Moro, à frente da Operação Lava-Jato, o promotor Deltan Dallagnol e outros participantes da força-tarefa de Curitiba.

O apoio ao Intercept foi também uma reação às ameaças do presidente Jair Bolsonaro de mandar Glenn para a cadeia. Nessa mesma época, o jornalista foi recebido como herói na Festa Literária Internacional de Paraty (Flip), no litoral sul fluminense: enquanto uma multidão aplaudia suas primeiras palavras, bolsonaristas, ao som do Hino Nacional e de fogos ensurdecedores, o impediam de discursar. Inicialmente financiado pelo criador do eBay, Pierre Omidyar, o Intercept foi o site com a maior arrecadação mensal no período: 270 mil reais. O Colabora, dedicado à defesa do meio ambiente, viu aumentar seus leitores em 10% em 2019 e 39% em 2020, impulsionado sobretudo pela cobertura da pandemia.

As críticas contundentes e a desconfiança dos movimentos sociais em relação à grande mídia não foram esquecidas, continuam vivas e afiadas. “Ao longo do século XX, ao narrar a história dos meninos negros, a imprensa povoou o imaginário das classes médias com pivetes e menores abandonados; jornais e TVs fundiram essa imagem com arrastões e levaram a classe média a pedir mais punição”, resumiu Matheus Gato de Jesus, sociólogo e professor da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), citado em artigo da jornalista Flavia Lima publicado na revista *piáuí*.<sup>2</sup> As festas e os bailes funk da periferia, os “pancadões”, foram criminalizados até muito recentemente, e só nos últimos anos essas manifestações criadas nos territórios — palavra usada pelos movimentos sociais para se referir às favelas — passaram a ser “tendência” e “o novo” nas coberturas culturais da mídia. “Uma coisa é certa: teremos a periferia ditando a moda cultural do momento”, concluiu a *Folha* em sua retrospectiva da década 2010-2020.

A adoção de um discurso antirracista e de defesa da igualdade de gênero pelos meios de comunicação tradicionais levou a uma espécie de trégua tênue com as organizações sociais. Mas um certo resgate da credibilidade da imprensa se deveu principalmente à cobertura da pandemia: pesquisa do Instituto Datafolha realizada em março de 2020 indicou que a maioria dos entrevistados considera a mídia de legado, isto é, a grande mídia, a mais confiável para se informar sobre o novo coronavírus. Esse foi um momento em que o jornalismo cumpriu bem seu papel, ao organizar um *pool* para levantar os números de infectados e de mortos pela covid-19 em todo o Brasil — realidade que o governo tentou esconder. Também foi vigilante contra as *fake news* em torno do assunto, defendeu e acompanhou a vacinação e publicou, ou levou ao ar, entrevistas contínuas com cientistas, num esforço para esclarecer os perigos do vírus e combater os negacionismos de Bolsonaro.

O jornalismo vinha de um momento muito difícil. A mídia foi surpreendida pelos protestos populares de 2013 — chamados de “marcha da insanidade” pelo *Globo* — e falhou nessa cobertura. Tratou os manifestantes de vândalos, minimizou a dimensão política daquelas jornadas de junho e demorou a entender os seus desdobramentos. Emendou com a defesa unânime do impeachment da presidente Dilma Rousseff e a reprodução sem críticas ou checagens dos vazamentos da Lava-Jato, operação cuja imparcialidade está sob suspeita. Vida que segue, mas esse passado não passou: deixou marcas e abalou a credibilidade das empresas tradicionais de mídia entre os leitores, especialmente os progressistas, que cobram uma reflexão sobre esse passado recente.

Se antes as críticas partiam da sociedade, agora o governo também aponta sua artilharia contra a mídia. A extrema direita vê o jornalismo dominado pela esquerda e, portanto, como uma ameaça a ser combatida. Vagamente inspirado na teoria do filósofo Antonio Gramsci — de que o Estado e as classes dominantes mantêm seu poder por meio de uma cultura hegemônica que transforma em senso comum seus interesses —, o ideólogo e ex-astrólogo Olavo de Carvalho fez da deslegitimação do jornalis-

mo um dos alvos principais do bolsonarismo. “Eleger o presidente da República antes de dominar uma parte da mídia é loucura, está se entregando o presidente aos lobos”, disse Olavo em “Retrato narrado”, podcast sobre a trajetória de Bolsonaro assinado por Carol Pires na Rádio Novelo.

Os lobos somos nós, os jornalistas, e nossas críticas às ameaças constantes de Bolsonaro à democracia e à vida dos brasileiros. Se esse posicionamento levou à recuperação de parte da credibilidade dos grupos de comunicação tradicionais, também aprofundou os conflitos entre o presidente e os jornalistas, sempre amplificadas pelos apoiadores dele nas redes sociais. Para Olavo de Carvalho, a esquerda — e, portanto, a mídia — deixou de ser antiamericana, como nos anos 1970, para virar “gaysista, abortista, feminista e defender a negritude”. Ou seja, para os bolsonaristas, é toda a agenda ligada a direitos humanos que deve ser apagada na vida real e atacada na mídia.

Os tempos são de turbulência e, esperemos, de transformação. O processo para aumentar a diversidade nas pautas e nas redações começou sob pressão dos movimentos sociais e das redes. O debate público polarizou-se, mas, em compensação, os meios de comunicação de massa cresceram em progressão geométrica, e um vozerio agora domina a esfera pública. Os jornais, as televisões e os rádios dos grandes grupos que pautavam o mundo perderam a proeminência na formação da opinião pública na era da internet. Acabou o tempo em que éramos nós, os jornalistas, produtores, editores — majoritariamente brancos e saídos das melhores universidades —, que decidíamos com base em nossas vivências e nossos valores os conteúdos a publicar ou a transmitir. Claro que existiam limites e injunções — palavra mágica para se referir a proibições — criadas pela linha editorial das empresas de comunicação e repassadas por osmose aos recém-chegados.

Com a revolução digital, a esfera pública ampliou-se, como é indispensável a qualquer sociedade democrática e multicultural. Incluiu mulheres, negras e brancas, negros, pardos, gays, trans, populações das periferias, indígenas até então silenciados. Finalmente, eles estão em todos os lugares: nas múltiplas plataformas

de mídia independente, nos jornais comunitários, nos canais de YouTube, nas redes e, mais recentemente, em podcasts de rádios digitais. Combatem criticamente as várias formas de opressão, de maneira independente e apartidária. São autônomos, mas reconhecidos pelos movimentos sociais; ganharam espaço na sociedade; influenciam a grande mídia com suas pautas, sua estética e ética, seu formato e seus discursos alternativos. Provaram que não é mais possível ficar surdo às suas vozes.

A internet trouxe com ela, como sabemos, as *fake news* e as campanhas de ódio, muitas ligadas ao governo Bolsonaro ou a partidos que o apoiam: como desvendar essa teia não é o objetivo aqui, vamos deixar os sites e as plataformas da extrema direita fora desta conversa.

### *A primavera feminista*

Há momentos em que cinco anos parecem cinco décadas. Às vésperas das eleições presidenciais de 2018, as mulheres foram para as ruas gritar “Ele não”, num protesto gigante contra o candidato Jair Bolsonaro. Eram milhares delas em todo o país; jovens e não tão jovens; pretas, brancas; muitas levando carrinhos de bebê; casais gays e héteros; grupos com bandeiras; gente sozinha. Foi talvez um dos últimos atos da primavera feminista, herdeira das jornadas de junho de 2013 que voltou a tomar as ruas dois anos depois. Em marchas e campanhas nas redes, as mulheres saíam em protestos e gritavam juntas contra as ameaças do projeto de Eduardo Cunha, então presidente da Câmara dos Deputados e depois presidiário. “Tira o seu rosário do meu ovário”, repetiam, repudiando a manobra de Cunha — um evangélico — para dificultar o acesso das vítimas de estupro ao aborto legal. O “não passarão” das mulheres foi a fagulha da explosão de muitos feminismos:<sup>3</sup> negro, trans, branco, evangélico, indígena, LGBTQIA+ e outros.

Fortalecidas, as mulheres tomaram também as redes, numa poderosa campanha com narrativas sobre o “primeiro assédio”: pelo Face-

book, muito antes do movimento Me Too, milhares delas romperam o silêncio, relataram dolorosas histórias de abusos sexuais e fizeram a vergonha mudar de lado. A essa campanha seguiu-se a do “meu amigo secreto”, um bem-humorado inventário de frases e atitudes machistas consagradas como naturais pela sociedade, tipo “mulher desacompanhada não pode ir beber no bar” ou “meu amigo secreto acha que em briga de marido e mulher não se mete a colher”.

Enquanto isso, nos jornais e nas revistas viam-se os homens de sempre, eventualmente falando sobre como era importante o que as mulheres estavam berrando nas ruas. Mas “era abrir os jornais, olhar e dizer: a gente não está aqui”, lembra Antonia Pellegrino, roteirista e escritora, uma voz de destaque naquela primavera. Antonia foi uma das que arquitetaram a ação de guerrilha contra o domínio masculino nesses quadrados. Em outubro de 2015, para marcar a ausência das mulheres nas seções de opinião, elas ocuparam durante uma semana as colunas dos jornais, os espaços dos “machos brancos”, no jargão da militância.

A ofensiva começou com cumplicidade do humorista Gregório Duvivier: ele não mandou sua crônica semanal para a *Folha de S. Paulo* e, no seu quadrado, saiu um texto de Mano Miklos, feminista e especialista em relações internacionais. No dia seguinte, foi a socióloga Julita Lemgruber quem ocupou a coluna do deputado Marcelo Freixo, também na *Folha*; Antonia assumiu o lugar do então deputado Jean Wyllys na *CartaCapital*, e assim continuou. Um a um, os colunistas foram convencidos a abrir mão de seus lugares para as vozes femininas ecoarem em centenas de jornais, revistas, blogs, perfis de Facebook, sem respeitar editorias ou poderes estabelecidos. Era um susto para os leitores ver, por exemplo, o texto de Merval Pereira — vizinho aqui neste livro — substituído pelo da imortal Ana Maria Machado no *Globo*.

Deu certo. Com narrativas contra o assédio, contra o silenciamento, e em defesa dos direitos reprodutivos, elas exigiram ser ouvidas e provaram que lugar de mulher é onde ela quiser. Pressionadas, as mídias tradicionais abriram espaços para as mulheres, como titulares, em colunas e blogs. Na época, elas trabalhavam

em grande número nas redações e já ocupavam cargos de editoras, mas ainda eram poucas a expressar opinião.

Em 2020 a mudança já estava consolidada, a paridade não: na *Folha*, as mulheres correspondiam a 32% dos 167 colunistas; e eram 29 entre os 60 blogueiros. No *Estadão*, 13 mulheres e 30 homens estavam listados; no *Globo*, elas eram 18 dos 57 colunistas. Também ocupavam em menor número os cargos de poder no *Extra*, na *Época* e no *Globo*: 12 contra 17. Não por coincidência, os principais executivos nessas redações eram, majoritariamente, homens, brancos e héteros.

### *Marielle vira símbolo*

Na sequência desses intermináveis anos em que o país tremeu com as jornadas de 2013, o impeachment/golpe contra a presidente Dilma em 2016, o crescimento da extrema direita, a primavera feminista e a polarização política, foi um choque para a opinião pública o assassinato da vereadora carioca Marielle Franco, em março de 2018. Mulher, negra, lésbica, nascida na favela da Maré, mãe sozinha de Luyara, ex-camelô e dançarina de funk na produtora carioca Furacão 2000, Marielle formou-se socióloga, destacou-se como ativista e, eleita com uma montanha de votos, lutou no seu curto tempo de mandato contra todos os preconceitos que bem conheceu, combateu a violência da polícia e a extorsão dos milicianos nas favelas. Como sabemos, ela e o motorista Anderson Gomes foram mortos a tiros num atentado na região central do Rio de Janeiro. Uma multidão foi para as ruas em protestos comovidos, com centenas de pessoas chorando ou se abraçando em silêncio.

No dia da morte de Marielle e nas semanas que se seguiram, as homenagens e os protestos correram o país e o mundo. A Organização das Nações Unidas, o Parlamento da União Europeia, a mídia brasileira, os principais jornais da Europa e dos Estados Unidos, todos se mostraram escandalizados com o assassinato da

vereadora e do motorista. A TV Globo, com seu Globocop, filmou do alto a multidão na Cinelândia — tradicional espaço de protesto popular no Centro do Rio —, e no seu bar mais famoso, o Amarelinho, centenas de pessoas se aglomeravam e aplaudiam a cada aparição da vereadora na tela da televisão. A mídia tradicional, as emissoras de TV, startups e redes repetiram por mais de mil dias a pergunta: “Quem mandou matar Marielle?”

“Foi um crime político, um recado à esquerda. E foi também uma vingança”, concluíram Chico Otavio e Vera Araújo, repórteres do *Globo* encarregados de cobrir as investigações policiais em torno do crime e autores do livro *Mataram Marielle*.<sup>4</sup>

### *As milícias do ódio*

Aí começou o *backlash*, palavra usada pelo movimento feminista para se referir aos retrocessos após um período de avanços na luta das mulheres. Antes mesmo de Bolsonaro tomar posse, as milícias digitais de sua campanha eleitoral já insultavam e ameaçavam as feministas nas redes, manipulando as fotos do protesto “Ele Não” e botando meninas de seios nus com a intenção de ligar o ato político à promiscuidade. Para o presidente e seus partidários, a mídia virou inimiga, exceção feita às emissoras consideradas aliadas, como Record e SBT. As críticas foram etiquetadas de *fake news* e entendidas como perseguição. “Eles se voltaram contra eixos há muito estabelecidos no debate público. Com isso geraram a impressão de os jornalistas estarem contra eles. Aproveitaram para divulgar esta mensagem e energizar as bases políticas”, opina o colunista do *Estadão* João Gabriel de Lima.

No trabalho cotidiano dos jornalistas, os ataques homofóbicos e as piadas machistas viraram rotina, especialmente naquele cercadinho diante do Palácio da Alvorada, onde, até maio de 2020, os repórteres foram obrigados a ouvir ofensas de apoiadores do presidente e do próprio Bolsonaro. “Você tem uma terrível cara de homossexual”, disse o chefe do Executivo a um jornalista, quando



não gostou de uma pergunta. “Estou com vontade de te dar um tapa na cara”, ameaçou a outro.

O plantão no cercadinho foi cancelado por falta de segurança para os jornalistas, mas as milícias digitais, incentivadas pelo Gabinete do Ódio,<sup>5</sup> mantiveram os constantes linchamentos nas redes. As colunistas Debora Diniz, do *El País*, e Ilona Szabó, da *Folha*, foram obrigadas a sair do Brasil por conta de ameaças da milícia bolsonarista contra elas e suas famílias. O motivo da ira era a publicação de textos críticos aos retrocessos na política de gênero e de segurança do governo.

A deslegitimação da imprensa e o comportamento ultrajante em relação aos repórteres foram copiados também pelos indicados para comandar órgãos do governo e pelos “ideólogos”. A jornalista Letícia Duarte, por exemplo, foi chamada de “vagabunda, mentirosa, sacana, mal-intencionada, puta e analfabeta funcional” pelo “guru” do bolsonarismo, Olavo de Carvalho, ao entrevistá-lo para uma reportagem sobre democracias desfeitas, publicada na revista americana *The Atlantic*. No podcast “Retrato narrado”, Letícia conta que os palavrões e xingamentos foram feitos diante de uma câmera e tendo como plateia toda a família dele, comendo sanduíches enquanto presenciava o show. O repetitivo espetáculo de grosserias nas entrevistas dadas por Olavo costuma ser divulgado por ele nas redes, mas dessa vez não se tornou público, talvez porque Letícia tenha reagido com calma e firmeza.

A escalada de agressões a jornalistas continuou. Foram 428 casos em 2020, o dobro do ano anterior, segundo a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj). Já a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) registrou 24 violações à liberdade de imprensa só entre março e abril daquele ano. Em outubro, numa audiência da Comissão Interamericana de Direitos Humanos, convocada para apurar ataques à imprensa no Brasil, o editor-chefe da agência de notícias Alma Preta, Pedro Borges, denunciou que foi chamado de “racialista”, “vitimista”, “segregacionista”, “antibranco” e “defensor de bandidos” por Sérgio Camargo, presidente da

Fundação Cultural Palmares, órgão público teoricamente com a missão de promover e valorizar a cultura negra.

A hipótese da professora Ivana Bentes, pesquisadora do programa de pós-graduação em comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), é que sob o governo Bolsonaro o país passou a viver um rebote em torno da emergência da pauta da diversidade, fortíssima no Brasil. “Foi a produção cultural das periferias e as pautas de gênero e raça que marcaram a eleição de 2018. A massificação da discussão de gênero pela direita começa com a subida de Bolsonaro ao palanque nacional e a invenção da mamadeira de piroca”, diz.

A professora se refere às mentiras e distorções divulgadas por Bolsonaro e pela extrema direita sobre um material didático produzido por organizações LGBTQIA+ em parceria com o Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação, para orientar professores em aulas de educação sexual para alunos a partir de 11 anos. A “mamadeira de piroca” virou apelido para esse material e uma das *fake news* prediletas de Bolsonaro e seus apoiadores. Nos palanques, o então candidato acusava o MEC de distribuir nas escolas textos com incentivo à pedofilia, ao incesto e ao “sexo brutal”. E encerrava as mentiras em série com uma pergunta absurda aos eleitores: “Você quer que seu filho tenha aulas de homossexualismo aos 5 anos?” Esse discurso foi reafirmado por Bolsonaro em agosto de 2018, em horário nobre, no *Jornal Nacional*, na série de entrevistas feitas pelos âncoras do programa com os candidatos a presidente.

### *A revolução no planeta mídia*

Como sabemos, a revolução digital mudou o ecossistema do jornalismo. A passagem das grandes marcas da mídia do papel para o digital teve início entre 1995 e 1996, mas até em torno dos anos 2000 só eram consideradas empresas jornalísticas no Sudeste os grupos Globo, Folha, Estadão, Abril, RBS e suas submarcas. Todas

as startups que começavam a surgir eram tachadas de “ativismo político”. Mas a cena midiática mudou rapidamente, obrigando jornais e revistas a entrar numa briga pela sobrevivência: em quinze anos a circulação dos cotidianos entre a população brasileira caiu de 53%, em 2000, para 17%, em 2015. A mídia tradicional perdeu o monopólio da distribuição dos anúncios e da atenção do leitor e, devido a isso, a própria paisagem das cidades mudou, com o sumiço das bancas de jornal ou sua transformação em pontos de venda de bolsas, mochilas e cartões de loteria.

As novas tecnologias forjaram um novo hábito de ler notícias, gatilho ameaçador para a versão digital da velha imprensa: é por links compartilhados nas redes sociais, por mecanismos de busca ou agregadores que 53% da população do país com acesso à internet lê notícias, segundo o Digital News Report de 2018, citado em *Uma história da primeira página*, livro da jornalista Adriana Barsotti, professora da Universidade Federal Fluminense (UFF).<sup>6</sup>

“Nas redes sociais, jornais e usuários compartilham o mesmo espaço, com mais ou menos destaque nas *timelines*. Nesse mar de hashtags, o indivíduo, mesmo que não perceba, é emissor de informação e é um concorrente, por exemplo, da *Folha*, porque ele também está disputando audiência, credibilidade, opinião. Este é um dos maiores desafios do jornalismo”, aprofundou a discussão Bruno Torturra, um dos criadores do Mídia Ninja,<sup>7</sup> no “Café da manhã”, podcast diário da *Folha*.

Tudo isso inviabilizou o antigo modelo de negócios, centrado na publicidade, e impactou a identidade da imprensa tradicional. No pós-internet, as assinaturas passaram a ser vitais para a sobrevivência da velha mídia, mas só os maiores jornais de língua inglesa vêm se recuperando da crise, e o motivo é simples: eles têm o mundo inteiro como público-alvo. O *New York Times*, por exemplo, no fim de 2020, tinha 7,5 milhões de assinantes e a receita do digital já era maior do que a da versão impressa — no total o grupo faturou US\$ 1,195 bilhão só com assinaturas. Enquanto a maioria das mídias do planeta demitia para cortar custos, o *Washington Post* anunciava a contratação de 150 jornalistas com

o objetivo de montar uma equipe de mil profissionais, número recorde na história do jornal.

A mesma tecnologia que levou parte da mídia tradicional às cordas democratizou o jornalismo, deu oportunidade a todos de criar a própria marca e serem produtores de conteúdo, mexida importante num país como o Brasil, em que os meios de comunicação de massa são propriedade de poucos grupos privados. No primeiro momento, a reação das grandes empresas diante da explosão das startups digitais foi desmerecer os recém-chegados ao mercado. O discurso era arrogante e pretensioso. “Todos fazem conteúdo, mas quem faz jornalismo sou eu. Tenho princípios, técnicas e métodos”, lembra João Gabriel, do *Estadão*, ironizando a visão dos conglomerados de mídia.

Essa postura já mudou, porém não acabou. A mídia tradicional classificava todos os outros veículos como “não confiáveis”. Só que não. São muitas as diferenças entre os dois ecossistemas, mas a confiabilidade não está entre elas: as startups fazem o que chamam de “jornalismo com causa”, com matérias apuradas segundo os princípios clássicos das redações. O conceito de notícia da mídia tradicional e da digital não é o mesmo; a intenção dos produtores de conteúdo é contar histórias sobre pessoas sub-representadas nos meios de comunicação tradicionais — sejam elas os povos indígenas da Amazônia, como faz a *Amazônia Real*; os moradores das favelas, foco do *Voz das Comunidades*, do *Nós Por Nós* e do *Papo Reto*; sejam as jovens mulheres, como na *Hysteria*, uma plataforma feminista criada só por mulheres, com vídeos, textos e podcasts, ligada à produtora *Conspiração Filmes*. Nem todos nas equipes têm formação de jornalistas nem reivindicam isso. É o caso, por exemplo, da maioria dos que trabalham nas plataformas comunitárias. “A autoridade deles vem do fato de serem vozes que vivem a realidade que pretendem retratar”, destaca em sua tese de doutorado Cláudia Sarmento, professora do London King’s College.<sup>8</sup>

Outras dessas plataformas foram criadas por jornalistas experientes e com longas passagens pelos grupos de comunicação tradicionais. Por não se sentirem identificados nem representados nos tra-

balhos anteriores, saíram e construíram a própria marca. É o caso da também autora deste livro Cristina Tardáguila, criadora da primeira agência de checagem de notícias no Brasil, a Lupa. Ou do Alma Preta e do Marco Zero, que produzem material com rígidos padrões jornalísticos — de transparência, checagem das informações e ouvindo os citados em denúncias. O mesmo acontece com o Projeto Colabora, voltado para as questões ambientais, e o Jota, com foco no Judiciário.

Todos querem contribuir para acabar com os estereótipos veiculados ao longo de anos pela mídia *mainstream* — aquela que é dominante — e discutir com mais profundidade políticas públicas. Não têm a menor intenção de ocupar o espaço dos veículos tradicionais, mas gostariam de ter reconhecido o valor do jornalismo produzido por eles. “Jornalismo ‘profissional’ é o muro que o *mainstream* constrói para justificar o ‘confiem em mim e em mais ninguém’”. O que tem sido bem-sucedido são as parcerias coletivas”, diz Nina Weingrill, criadora da Énois, escola de jornalismo para jovens da periferia, e de uma agência para fazer a ponte entre os formandos e as redações.

Essas startups também se diferenciam da grande mídia porque, profissionais ou amadoras, defendem causas, são comprometidas desde sempre com a diversidade e com a defesa dos vulneráveis, muito mais do que com lucro e poder. Ou seja, têm lado, e suas bandeiras estão explicitadas no “quem somos” — o espaço em que expõem valores e propósitos da plataforma —, nas pautas e nas colunas. Mas não estão ligadas a partidos nem aceitam financiamento de órgãos públicos — algumas não aceitam nem publicidade. “Não gosto da expressão ‘mídia profissional’ nem da expressão ‘mídia independente’. Somos todos profissionais e tudo é mídia. Mas os propósitos são diferentes”, diz Agostinho Vieira, fundador do Colabora, cuja linha editorial está em sintonia com os dezessete objetivos da agenda 2030 da Organização das Nações Unidas para o desenvolvimento sustentável, um texto aprovado por 195 países, inclusive o Brasil. Entre os objetivos desse programa estão a redução da pobreza e da desigualdade e a universalização do saneamento básico.

A grande mídia advoga imparcialidade e objetividade como cláusulas pétreas. Também diz defender bandeiras só em editoriais, mas isso é uma utopia. O novo mundo é complexo demais para ser resumido a dois lados ouvidos pelos jornalistas ao publicarem algo desabonador para alguém ou para alguma instituição. O objetivo é demonstrar imparcialidade, mas dar voz ao acusado já se tornou um ritual quase burocrático, na maioria das vezes resume-se a uma frase no fim da matéria.

A imprensa diariamente escolhe o que publica e o muito do que não publica. Na edição, seleciona os destaques em títulos, as chamadas da *home* ou da primeira página, impõe uma hierarquização das matérias. E as reportagens também dão destaque ao que os repórteres consideram mais relevante. Ou seja, todos mostram ao leitor a importância dada aos assuntos e, ao fazê-lo, expressam uma visão sobre o país, o mundo, a cultura, a economia. A tal imparcialidade é, cada vez mais, alvo de críticas ácidas pelas startups, pela nova geração de jornalistas e por alguns acadêmicos.

“Ninguém acredita nisso”, corta a professora Ivana Bentes.

Em artigo recente no *New York Times*, o premiado jornalista Wesley Lowery diz que os fatos e a verdade geralmente considerados objetivos são centrados na perspectiva dominante de homens brancos, heterossexuais. Numa sociedade polarizada como a atual, isso pode levar a uma visão parcial dos acontecimentos e expor os repórteres a acusações de parcialidade. Já a revista semanal britânica *The Economist*, uma das mais conceituadas no mundo, divide os meios de comunicação entre partidários ou apartidários, ligados a partidos ou independentes. Os apartidários também têm “lado”, e o maior exemplo é a própria revista, que declara seu voto em quase todas as eleições ao redor do mundo mas não é fiel a nenhum partido. No Brasil, por exemplo, já foi Lula (PT) e José Serra (PSDB). Uma semana antes da eleição americana de 2020, a manchete de capa da *Economist* era “Por que tem de ser Joe Biden”, com a bandeira americana esfarrapada no teto da Casa Branca. Os partidários seriam os ligados a partidos ou governos.

É o caso da Fox News. Talvez pela primeira vez na história

recente, um CEO da grande mídia admitiu que não é imparcial. Lachlan Murdoch, presidente da empresa, afirmou, numa conferência de mídia do banco Morgan Stanley, que o grupo estava focado na extrema direita e faria uma oposição honesta a Joe Biden. “Setenta e cinco milhões votaram por um presidente republicano, apesar de sua personalidade. Eles têm um forte sentimento por essas políticas. Nós os representamos”, disse o CEO da Fox News, cujo slogan até 2017 era “justo e equilibrado”.

No Brasil, os jornais não declaram voto em candidatos; pela lei eleitoral são obrigados a dar espaços iguais a todos eles, e as linhas editoriais não incluem defesa oficial de uma candidatura. Mas os leitores estão convencidos de que os meios de comunicação entram em campanha por seus políticos preferidos e ficam furiosos quando acham a escolha errada, diferente da deles. Eu, pessoalmente, tenho mais simpatia pelo modelo europeu e americano, no qual a mídia declara voto, pois a transparência reforça a credibilidade.

A imprensa tradicional considera-se defensora de algo entre a social-democracia e a centro-direita, dizem editores. São pela austeridade fiscal e pela democracia. Mais recentemente, muitos já incluíram a diversidade em seus valores editoriais. “Somos conservadores na economia e progressistas nos costumes”, resumiu um editor.

Há mudanças a caminho? Esperemos. Há pouco, o Nexo tentou se filiar à Associação Nacional de Jornais (ANJ) e foi recusado sob o argumento de que não publicava nada. Para quem não conhece, o Nexo é um jornal digital, lançado em novembro de 2015, com a meta de “levar contextos às matérias e ampliar o acesso a dados e estatísticas”. A resposta ao conservadorismo da ANJ foi a melhor possível: a criação da Rede Brasileira da Mídia Digital, uma associação de 38 empresas, sob a coordenação de Rosental Calmon Alves, professor brasileiro há duas décadas na Universidade do Texas.

Em mensagem enviada aos participantes da associação, Rosental contou que via nessas startups “o lado bom do jornalismo quando pensava lá atrás, nos anos 90, ao falar na democratização,

no acesso, na produção e na distribuição de notícias”. Com o mesmo enfoque, o Google definiu como prioritária a aproximação do gigante da tecnologia com as mídias digitais por ver nelas o futuro do jornalismo. Não por acaso financia a formação dessa associação das startups no Brasil. Uma das primeiras ações da nova rede foi votar um protocolo para combater o assédio nas redações.

As mídias independentes vêm influenciando a pauta dos grupos de comunicação tradicionais, ajudando a expandir os discursos, a visão da periferia, a visão feminista, a visão dos afrodescendentes, dos povos indígenas e de determinadas regiões do país, sempre fora do noticiário. “Isso vai mudando o jornalismo, eles fazem um trabalho de alta qualidade técnica, atingem pessoas que a grande mídia já não atinge”, diz Paula Cesarino, ex-editora de Diversidade da *Folha*. Não é que esses temas não estejam em jornais e televisões: estão, mas seguem o ritmo das *breaking news* — quando a Amazônia queima, todos se voltam para a floresta, logo depois o ciclo da notícia vai tratar do próximo escândalo.

### *2020, o ano da virada*

E os escândalos são muitos no Brasil. Alguns dos mais recentes mostraram como os meios de comunicação tradicionais e as startups tiveram visões convergentes sobre o caso do jogador Robinho. Contratado pelo Santos, ele foi obrigado a sair do clube sob pressão, primeiro dos comentaristas de televisão, quando o canal Sport TV revelou detalhes do processo contra ele por violência sexual na Itália. Mais para a frente, os patrocinadores também reclamaram e ficou impossível manter o atacante no time. A novidade é que jornais, TVs, startups, blogs recusaram-se, unanimemente, a tratá-lo como autor de um pequeno deslize numa noite de farra. Já condenado em um primeiro julgamento, Robinho foi visto como criminoso pela opinião pública por fazer parte do estupro coletivo de uma menina embriagada e fora do ar. “A culpa é das feministas”, disse, recorrendo a um velhíssimo este-

reótipo, o de que feminismo é igual a “mulheres histéricas”. Mas não angariou simpatias.

Em novembro de 2020, a absolvição do estuprador da promoter catarinense Mariana Ferrer, de 21 anos e virgem, virou um escândalo instantâneo. De novo, foi uma violência sexual contra uma menina inconsciente num fim de festa. Com um agravante: num vídeo, o advogado do agressor humilhava a vítima com frases como “graças a Deus eu não tenho uma filha como você” e “peço a Deus que meu filho não encontre uma mulher que nem você”. A indignação levou a história para a capa da revista *Veja*, interrompeu o noticiário sobre a eleição americana nos jornais da televisão do dia 4 de novembro e esteve nas colunas de toda a mídia. Rodrigo Constantino, comentarista da Jovem Pan, foi demitido da rádio e de seus outros três empregos após comentários machistas culpando a vítima. Protestos aconteceram nas ruas de onze cidades.

Não dá para conciliar com a violência contra mulheres e crianças. No Brasil, a cada dez minutos uma mulher é violentada, sendo 57,9% delas meninas com menos de 13 anos. Janeiro de 2021 foi o mês com o maior número de estupros em sete anos em São Paulo: 1.095 casos, registrados pela Secretaria de Segurança Pública. O país é o quinto do mundo em número de feminicídios e, de janeiro a março de 2020, 648 mulheres foram assassinadas por maridos, namorados ou ex-companheiros.<sup>9</sup> Só no Rio de Janeiro, 77 perderam a vida e 271 foram vítimas de tentativa de feminicídio entre janeiro e dezembro, nas mãos de homens enlouquecidos de raiva ou ciúme. Apesar disso, a ministra da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, Damares Alves, gastou apenas 8% do orçamento de sua pasta para combater essa epidemia de violência e a cultura do estupro. E só 7,5% das cidades brasileiras têm delegacias de mulheres, denunciou a filósofa Djamila Ribeiro, uma das principais vozes do feminismo negro, em coluna na *Folha*. “Onde estão as políticas públicas? Quais as responsabilidades das esferas federal, estadual e municipal nessa realidade de morticínio e violação sistemática das mulheres?”, cobrou.

A dedicação maior da ministra Damares tem sido para cercar o direito ao aborto legal. Em diretriz, Damares estabele-

ceu o direito à vida desde a concepção poucos dias antes de o Brasil assinar um acordo com trinta países, entre os mais conservadores do mundo, reafirmando de novo a defesa da família tradicional — formada por homem e mulher — e negando mais uma vez o direito ao aborto. Provocou uma onda de cartas de leitores indignados. “Triste retrocesso, políticas públicas devem ser baseadas em evidências, não em ideologias”, escreveu Rafael de Oliveira, em 27 de outubro de 2020, na *Folha*. E Ranilson da Silva emendou, referindo-se aos evangélicos bolsonaristas: “O Brasil com tantos problemas e o presidente apenas ocupado com o seu rebanho.” “Voltamos à Inquisição?”, perguntou o dominicano Frei Betto, também na *Folha*, em artigo sobre a decisão de um tribunal de exigir a retirada da palavra “católicas” do nome de uma ONG tradicionalíssima chamada Católicas pelo Direito de Decidir.

Enquanto isso, 44 anos depois do crime da Praia dos Ossos, o *Estado de Minas* mancheteava numa edição de domingo de setembro de 2020: “Ainda é preciso repetir: quem ama não mata”. O fantasma da “legítima defesa da honra” voltou a assombrar: a 1ª Turma do Supremo Tribunal Federal (STF) mantivera a absolvição de um homem que confessou ter tentado matar a mulher a facadas em maio de 2016 por ciúme. “Vários outros júris aceitaram a tese recentemente”, garante Branca Vianna, que pesquisou em profundidade esse assunto para o podcast sobre o assassinato de Ângela Diniz.

Foram as últimas sentenças a usar esse recurso. Antes tarde do que mais tarde ainda, sob forte pressão nacional e internacional, o Supremo, por unanimidade, proibiu, no dia 12 de março de 2021, a alegação de legítima defesa da honra para absolver culpados em casos de feminicídios. O relator, ministro Dias Toffoli, considerou a tese um “estratagema cruel, subversivo da dignidade da pessoa humana e dos direitos à igualdade e à vida, perpetuando a violência doméstica e o feminicídio no país”. É um marco civilizatório do direito brasileiro, estabelecido sem fanfarras ou manchetes na mídia, só noticiado pelo G1.

O pior é que os assassinatos de mulheres, sabemos, não vão acabar. A mídia, a velha e a nova, tem feito seu papel de fiscalizar e denunciar as violências contra a mulher: editoriais chamam a atenção para o machismo persistente, feministas são convidadas a dar opinião, escrevem artigos, as startups compartilham as matérias umas das outras sobre o assunto, a opinião pública pressiona, as mulheres vão para a rua, lutam. Só que as políticas públicas de proteção a elas foram abandonadas por conta de interesses eleitoreiros e crenças religiosas, traindo o princípio constitucional do Estado laico. A mais longa epidemia no país chama-se feminicídio.

### “Cabeças coroadas caem”

Os feminismos entraram definitivamente na pauta e não saem mais: multiplicaram-se e foram encampados como causa democrática. Uma multidão de mulheres negras e pardas abriu a boca — elas são 28% da população —, organizou-se em coletivos e exigiu seu lugar. “O feminismo tem de enegrecer e acho que isso está acontecendo, as negras estão no centro do feminismo e da produção do pensamento, reestruturando a teoria social, repensando as relações sociais e as estruturas de poder”, diz Maria Betânia Ávila, socióloga, fundadora do SOS Corpo — Instituto Feminista para a Democracia, em Recife.

A pauta preta avançou muito em 2020. A escritora Djamila Ribeiro já tinha lançado o seu best-seller *Pequeno manual antirracista* (Prêmio Jabuti de Ciências Humanas) e, de sua curadoria na coleção *Femininos Plurais*, despontaram para o debate público intelectuais pretos como o filósofo Silvio Almeida e o professor Thiago Amparo. Aumentou também o espaço de opinião para mulheres negras na mídia, como Flávia Oliveira — colunista do *Globo* e comentarista da *GloboNews* — e a psicóloga Cida Bento, colunista da *Folha*.

Quando surfávamos nessa onda no Brasil, o joelho de um policial branco esmagando o pescoço negro de George Floyd confla-

grou as ruas americanas. As imagens brutais do racismo e da violência policial fizeram várias vezes a volta ao mundo, convulsionaram as redes sociais e obrigaram as grandes empresas jornalísticas a reagir rapidamente. Aconteceu nos Estados Unidos, epicentro da crise, e repetiu-se com mais moderação pelas redações brasileiras. Os protestos ritmaram mudanças no comando do jornalismo, a reafirmação da diversidade como valor editorial, a contratação de jornalistas negros e a escalação de novos colunistas, comentaristas e âncoras em bancadas de televisão, nas páginas dos jornais e nas telas de startups de jornalismo.

Floyd morreu em 25 de maio de 2020 e os meses seguintes não mudaram o mundo, mas chacoalharam corações e mentes de repórteres, editores e leitores. “Estamos cansados”, mancheteu acima da foto de um negro de punho levantado o jornal *Cincinnati Enquirer*, no dia 30 de maio. Títulos em letras garrafais, a favor ou contra os protestos, estampavam primeiras páginas dos jornais impressos e *homes* de jornais digitais. “Queimando de raiva”, resumiu o *Chicago Sun-Times*. Sim, os prédios queimavam, a raiva dos manifestantes explodia e jornalistas expressavam a frustração com o olhar da “branquitude” sobre o conteúdo produzido por eles.

Cabeças coroadas rolaram. Sob pressão da equipe do *New York Times* — 1.600 jornalistas a produzir o melhor cotidiano do mundo —, a editora de Opinião pediu demissão, após a publicação de artigo do senador republicano Tom Cotton clamando pelo envio de tropas do Exército às ruas para reprimir os protestos (“Send in the troops”). No texto, ele colava nos manifestantes etiquetas de “arruaceiros”, “vândalos” e “amotinados”. “Jamais imaginei que o *NYT* publicaria artigo em defesa da violência do Estado”, escreveu uma repórter no Twitter, uma entre muitos e muitas a violar a proibição de jornalistas expressarem opinião nas redes sociais. Em abaixo-assinado, repórteres advertiram que o jornal botara em risco a vida dos negros nos protestos, incluindo os de sua própria equipe. Em uma hora, 230 assinaturas foram canceladas e, no dia 4 de junho, o *NYT* reconheceu que o “artigo não era compatível com os padrões do jornal”.

A polêmica continuou: onde foi parar a tão reafirmada necessidade de pluralidade de opiniões, indispensável a um jornal democrático? Este não era o caso, o antirracismo é uma pauta civilizatória, e sensibilidade era indispensável: com as ruas conflagradas, foi um erro reforçar a violenta repressão no lugar de reconhecer o racismo estrutural no país e demonstrar solidariedade aos manifestantes.

Conflito parecido aconteceu na redação do *Philadelphia Inquirer* depois da manchete “Prédios importam também” — numa paródia de péssimo gosto do “Vidas negras importam”, palavra de ordem do movimento em defesa dos negros. Indignados, os jornalistas pretos avisaram que não voltariam a trabalhar até um pedido de desculpas ser formalizado. O jornal publicou nota reconhecendo o erro editorial e o principal executivo do Jornalismo pediu demissão.

Um quase motim irrompeu no *Los Angeles Times*, o quarto no ranking dos maiores jornais americanos. Recém-criado, o grupo de negros da redação lançou uma nota com acusações pesadas: “Estamos cansados de nossos textos e fotos serem torcidos para caberem numa narrativa que não corresponde à realidade, estamos cansados de ouvir que precisamos mostrar os dois lados de questões como o racismo, que não tem dois lados.” O diretor de Jornalismo anunciou que se demitiria, sucumbindo às pressões da equipe, que apontava falhas na cobertura dos protestos e acusava-o de racismo por contratar 120 jornalistas, nenhum deles afro-americano. Por exigência do grupo de negros, o jornal publicou um editorial na edição do domingo 27 de setembro, sob o título “Nosso acerto de contas com o racismo”, descrevendo sua história como profundamente enraizada na “supremacia branca”.

No pedido de desculpas, o *Times* defendeu a tese de que, para chegar à igualdade racial, as redações precisavam reconhecer as injustiças cometidas no passado, na mesma linha do que fizeram, no pós-guerra, intelectuais e artistas alemães ao enfrentarem as atrocidades do nazismo e debaterem a culpa coletiva. O editorial veio acompanhado por uma carta do empresário sul-africano Patrick Soon-Shiong, o primeiro proprietário não branco do jornal.

Às quatro páginas do projeto especial daquele domingo seguiram-se, durante a semana, artigos de jornalistas negros contando como viviam a discriminação racial.

Talvez o mais surpreendente pedido de desculpas tenha vindo da editora-chefe da *Vogue*, Anna Wintour, há três décadas árbitra dos padrões de beleza e elegância para gerações de americanas brancas. No dia 4 de junho, em e-mail, ela reconheceu que não dera oportunidades de ascensão na carreira para editores, jornalistas, fotógrafos e outros criadores afro-americanos, assumindo também a culpa pelo erro de ter publicado matérias intolerantes e dolorosas.

Pouco depois, Anna Wintour, cuja personalidade difícil foi inspiração para o filme *O diabo veste Prada* — com Meryl Streep no seu papel —, voltou a receber uma saraivada de críticas pela capa da *Vogue* com Kamala Harris. A editora foi acusada de ter “embranquecido” a imagem da primeira vice-presidente negra dos Estados Unidos e o Twitter explodiu com posts considerando desrespeitosa a foto de Kamala de tênis, casual demais para marcar o momento histórico que foi a sua eleição nos Estados Unidos. Em entrevista ao *New York Times*, Anna Wintour rebateu as visões negativas sobre a edição de fevereiro de 2021, revelou seu encantamento pela nova vice e contou que participa de comitês de diversidade na empresa.

A valorização da beleza *black* confirmou-se como tendência. As negras estavam em 126 capas de revistas femininas nos Estados Unidos em 2020, mais do que nos últimos noventa anos, segundo pesquisa do Centro de Inovação de Revistas da escola de jornalismo da Universidade do Mississippi. Até a escritora e ativista mais famosa do mundo, a filósofa Angela Davis, estampou a capa da *Vanity Fair*, em agosto.

As mudanças vieram para ficar? Nos Estados Unidos, os sinais na política, na mídia e mesmo nas empresas indicam que sim. Norman Pearlstine, ex-diretor do *Los Angeles Times*, agora consultor do grupo, considera que as métricas do sucesso já são diferentes e questões como inclusão e antirracismo são tão importantes como ter boas credenciais jornalísticas para comandar redações. Segundo ele, a velha hierarquia — quem pode manda; quem não

pode, obedece — é coisa do passado. Conseguir a aprovação da equipe é indispensável e isso deve ser levado muito a sério.

Nas eleições de 2020, os debates sobre os privilégios da branquitude foram centrais. Nos Estados Unidos, a expressão “supremacia branca”, que no passado se referia à temível Ku Klux Klan e a seus simpatizantes, é usada agora por instituições como o Metropolitan Museum of Art em seu mea-culpa, por escritores como o americano Ta-Nehisi Coates para rever a herança da escravidão e por jornalistas para descrever o momento de turbulência. Todos consideram palavras como “preconceito” ou “discriminação” brandas demais para nomear a realidade selvagem da dominação branca. Só o *New York Times* usou “supremacia branca” setecentas vezes em 2020, contabilizou um artigo do próprio jornal sobre a “poderosa expressão que entrou na retórica nacional”.

### “Movimento negro tem a força”

Quando o Brasil voltou os olhos para as manifestações contra o assassinato de George Floyd, o menino João Pedro já tinha sido morto havia dez dias, dentro de casa, durante uma operação da polícia, em São Gonçalo (RJ). Testemunhamos diariamente violência contra negros e pobres, mas foi com a tragédia nos Estados Unidos que parte dos brasileiros comoveu-se. Ao olhar para suas equipes predominantemente brancas, a mídia aqui percebeu-se também semianestesiada diante das arbitrariedades das forças de segurança e, acusada de racista pelas redes, em hashtags e protestos, reagiu.

O dia 4 de junho foi marcante na GloboNews. Na véspera, o *Em Pauta* colocara em discussão o racismo, tema obrigatório diante das imagens de ruas pegando fogo nos Estados Unidos. Só que não havia nenhum negro entre os cinco debatedores da bancada. “Só brancos falando de racismo”, lançou nas redes um jovem ativista, e o post viralizou. Flávia Oliveira conta os bastidores da frenética movimentação de editores e diretores para, 24 horas depois, botarem no ar o *Em Pauta Preto*, noite em que só negros

teriam voz diante das câmeras. “Quando o post viralizou, começaram a me marcar no Facebook e a perguntar ‘onde está você?’. Naquela quarta-feira, de manhã, postei no grupo de WhatsApp do programa vespertino em que fazia comentários, o *Estúdio i*: ‘Gente, está uma comoção.’ Entrei no ar analisando as manifestações americanas e pronto, vida que segue. Fim da tarde, o chefe de redação me perguntou se eu podia participar do *Em Pauta*. ‘Sofremos críticas’, ele disse, ‘vamos responder com um *Em Pauta* especial. Queria que você participasse.’ Minutos antes do início do programa avisaram que eu iria entrar para aquele time de comentaristas: ‘Estou contando para você não ser surpreendida ao anunciarem ao vivo, tá?’ Fui completamente surpreendida; até entrar no ar não entendi que era um programa para discutir o racismo planetário e não sabia daquele elenco todo preto. Tinha o Heraldo Pereira [âncora do *Jornal das 10*], a Maju Coutinho [âncora do *Jornal Hoje*], a Aline Midlej [âncora do *Jornal da Manhã*, em São Paulo], a Zileide Silva [repórter e agora comentarista do *Em Pauta*] e eu. Eram só negros discutindo racismo o programa todo. Foi avassalador”, relembra Flávia.

A repercussão do programa surpreendeu. O celular de Flávia recebia mensagens incessantemente: eram fontes, gente branca, gente preta. No dia seguinte, Ali Kamel, diretor de Jornalismo da Globo, avisou-a de que o *Em Pauta Preto* seria reexibido no *Globo Repórter*. “Tem de ter a Glória Maria”, Flávia disse. “Glória entrou e fez uma enorme introdução. Foi linda.”

Na primeira semana de junho, o movimento negro repetiu a tática de guerrilha das feministas em 2015 e ocupou as contas de celebridades brancas no Instagram. Aqui e nos Estados Unidos. Djamilia Ribeiro assumiu a conta de Paulo Gustavo e, por um mês, conversou sobre relações raciais, lugar de fala e racismo estrutural com os 13,8 milhões de seguidores do ator e humorista. Tatá Werneck, também humorista e apresentadora na TV Globo, aderiu ao movimento e cedeu sua conta a Linn da Quebrada, artista multimídia, cantora, atriz e compositora. “Nesse momento de mobilização é fundamental darmos passos adiante novos. Tô seguindo



peças novas e vendo que preciso aprender muito para pôr em prática atitudes antirracistas”, escreveu Tatá, à guisa de até breve.

O ator Bruno Gagliasso passou seus 200 mil seguidores para o seu médico dermatologista, preto e gay, falar de saúde, conceitos e preconceitos. A atriz Ingrid Guimarães entregou suas contas ao youtuber Spartacus, que, imediatamente, começou uma *live* sobre genocídio do povo negro. Nos Estados Unidos, em apoio ao Black Lives Matter, a megaestrela Lady Gaga deixou todas as suas contas serem ocupadas por ONGs que combatem o racismo; a cantora e atriz Selena Gomez, americana de origem mexicana, convidou líderes influentes negros para falar com seus 139 milhões de seguidores.

### “Perdão é para se pedir”

No dia 7 de junho de 2020, na edição de domingo, *O Globo* fez uma surpreendente autocrítica. Depois de oito anos, o jornal formalmente reconheceu o erro da campanha mantida contra as cotas raciais até o STF julgá-las constitucionais e, em sentença, ressaltar que eram uma forma de ajudar a reduzir a desigualdade histórica.

Por muito tempo, o Grupo Globo combatera a reserva de vagas para negros, com o argumento de que seria a derrota da meritocracia e serviria de gatilho para tensões nas universidades. No lugar das cotas raciais, defendia as cotas sociais, como se o racismo não existisse. Perdeu. A ação afirmativa mudou a cor da universidade, criou uma juventude negra com autoestima e voz; a convivência no campus de negros e brancos levou à produção de um novo conhecimento e à mudança da pauta e das perspectivas das pesquisas.

Antes da morte de George Floyd, em uma das reuniões das segundas-feiras do conselho editorial, o Grupo Globo já fechara posição sobre a prioridade de contratar negros. A nova política foi simbolicamente oficializada em junho de 2020. Primeiro na TV, no *Em Pauta Preto*, e logo depois no especial *Preto no Branco*, em que nove jornalistas negros da redação do jornal davam depoi-

mentos sobre como vivenciavam as várias formas de racismo. Na abertura do especial, editado, produzido, fotografado, escrito e ilustrado por pretos, o jornal pedia desculpas pela falta de diversidade de sua equipe. “O racismo estrutural está em todos os lugares no Brasil, inclusive na redação do *Globo*. Atualmente, o número de jornalistas negros não chega a 10% do total, muito distante da atual proporção de pretos e pardos no país.” E anunciava que o fator representatividade fora incluído nos critérios de seleção de estagiários e *trainees*, “sem abrir mão dos melhores profissionais”. Poucas semanas depois, em editorial, apoiava a ação afirmativa da rede de lojas Magalu de convocar somente negros como *trainee* e a considerava positiva para reduzir distorções históricas.

Repetindo o que acontecia nos Estados Unidos, as mulheres negras estavam em muitas das capas de revista aqui. Em julho, Djamila Ribeiro, linda com seu cabelão solto, estava no *Ela*, do jornal *O Globo*, e o título da publicação destacava o “poder da filósofa mais lida da quarentena”, referindo-se ao *Pequeno manual antirracista* e a *Quem tem medo do feminismo negro?*, ambos havia meses na lista de best-sellers. Na edição de novembro, mês da Consciência Negra, as revistas *Marie Claire* e *Glamour* traziam mulheres pretas na capa falando sobre racismo, e a *Vogue Brasil* dedicava a sua primeira ao trans maranhense Pablio Vittar. Todas reivindicam-se revistas da diversidade, e a etiqueta cai muito bem com a publicidade.

“Tentamos não confundir o conteúdo da revista *Ela* com o marketing da diversidade”, diz a editora Marina Caruso. *Ela* se preocupa em fazer um *mix* nas capas e assuntos principais ao longo do mês, incluindo negras, brancas, mulheres de tamanhos e idades diferentes, héteros, gays e trans. “As inquietudes das mulheres sempre estarão nas nossas revistas e a diversidade é uma das questões contemporâneas. Mas tem de ser uma constante, não uma bandeira passageira”, defende.

Nos Estados Unidos, havia um pacto silencioso entre os chefes brancos das redações e os jornalistas pretos das grandes empresas de comunicação, contou o atual colunista de mídia do *New York Times*, Ben Smith, ao Nieman Lab. Durante décadas ficou combi-

nado que os negros eram superbem-vindos, mas raça e racismo não seriam temas prioritários de matérias nem assunto de reuniões com equipes. O silêncio forçado foi rompido e virou um insulto aos jornalistas afro-americanos.

Aqui o pacto era ignorar as diferenças de cor da pele e, junto, os privilégios dos brancos. O primeiro passo para o negacionismo é este: não ver as diferenças de cor e sua correlação com o espaço ocupado por pretos e brancos. Em *Escravidão*, o primeiro livro de uma trilogia de Laurentino Gomes sobre o tema, o autor mostra como o Brasil foi construído por negros, mas sempre sonhou ser um país branco e tratou os escravizados como exóticos e selvagens ou ingênuos e incapazes.

Pesquisa da Rede de Observatórios de Segurança<sup>10</sup> analisou a cobertura da imprensa sobre violência em cinco estados durante um ano (1º de junho de 2019 a 31 de maio de 2020). Percebeu que, dos 7.062 registros envolvendo policiamento, a expressão “negro” só aparecia uma vez; as palavras “racismo”, “raça” e “racial” nunca foram citadas. Para a pesquisadora Bruna Sotero não é um acaso, a ausência desses substantivos exhibe o racismo à brasileira, um racismo velado, que se reproduz por não aparecer.

“O racismo no Brasil muda muito devagar. Com quantas desculpas esfarrapadas manteremos o muro que nos apequena?”, escreveu a jornalista Míriam Leitão em sua coluna do *Globo*.

### *A tragédia se repete*

George Floyd já fizera a mídia brasileira dedicar mais espaço ao tema do racismo do que em décadas. Foi então que se repetiu a tragédia: a cena vivida pelo negro americano nas ruas de Minneapolis voltou a acontecer, agora com João Alberto Silveira Freitas, na garagem de um supermercado Carrefour gaúcho, na noite de 19 de novembro de 2020, véspera do Dia Nacional da Consciência Negra. Subjugado, o homem preto foi espancado por seguranças na cabeça e no rosto até morrer. O assassinato teve como testemu-

nha a mulher dele, seguranças e vários funcionários do Carrefour, todos impedidos de socorrê-lo.

As imagens despertaram uma onda de indignação, com protestos nas ruas de seis capitais e uma cobertura estrondosa por semanas em toda a mídia nacional. Exemplos? Virou manchete na *Folha*, a única sobre violência contra negros em 2020. Nesse dia, o editorial e mais oito páginas trataram da morte brutal de João Alberto. O *Globo*, em editorial de página inteira, formato reservado para momentos especialíssimos, pediu que a tragédia tirasse o país da letargia para um exame de consciência a respeito do racismo.

Indiferente à emoção pública, o vice-presidente, Hamilton Mourão, declarou simplesmente: “Não existe racismo no Brasil.” Mourão mentiu, escondeu a realidade com o velho chavão da democracia racial, que já não encobre o cotidiano de discriminação de pretos e pardos. Aqui existe, sim, racismo estrutural, e a cor da pele pode determinar se um inocente será ou não assassinado como potencial suspeito. Os que se identificam como pretos ou pardos formam 56% da população brasileira, mas são 79,2% das vítimas da violência policial e 66,7% dos presos na cadeia, estatísticas que revelam uma sociedade escandalosamente racista.<sup>11</sup>

### *“Dez anos em um”*

“No ano em que o mundo parou, a pauta antirracista representou praticamente dez anos em um”, escreveu a jornalista Luana Génot em sua coluna da revista *Ela*. Tudo ainda é pouco, mas há sinais de mudança. Em qualquer redação do país, a maioria é de brancos e o número de pretos conta-se nos dedos. A morte de João Alberto ampliou a movimentação nas mídias em busca de diversidade e mexeu profundamente com a pauta. Muito lentamente as telas e páginas começaram a refletir uma variedade de opiniões, vivências, olhares, culturas e origens.

“O preto só vai cobrir assunto de preto?”, pergunta Flávia Oliveira, desde 2006 colunista do *Globo*, primeiro na seção Negócios

& Cia e, a partir de 2016, com espaço de opinião no jornal. Na GloboNews, foi transferida em 2020 do *Estúdio i* para o *Em Pauta*. Durante anos, como repórter da Economia do jornal, Flávia foi a única negra da redação, e ela fala desse tempo como de muita solidão. “O jornalismo saiu de um apagamento dos afrodescendentes para uma inclusão maior, [mas] ainda falta muito negro no espaço de opinião e isso limita a nossa liberdade, obriga a gente a falar só de racismo”, critica.

Como jornalistas ainda somos muito pouco diversos, e isso transparece em vários espaços. Os seminários e debates promovidos pelos meios de comunicação são, agora, uma fonte importante de receita de jornais e costumam aparecer com destaque, em anúncio de página inteira com fotos dos participantes. A maioria dos convidados é de homens brancos. Entre eles, um convidado é negro e, em geral, seu tema é racismo, e uma mulher é chamada para falar de assistência social. Essa é a configuração básica, com variações dependendo do assunto em pauta. Nas plataformas digitais, mesmo sendo mais ágeis para mudar o *mix* racial, as fotos das equipes mostram um quadro pouco diferente do observado nas redações tradicionais. Claro que essa composição não acontece nos coletivos voltados para as questões da negritude.

Um deles é o portal Lójúkójú, palavra iorubá traduzível para o português como “cara a cara abertamente”. O portal pesquisou, em dois dos melhores programas de entrevistas da televisão, se a diversidade tornara-se prática no jornalismo audiovisual. Ao analisar 563 edições do *Conversa com Bial* — da estreia na Globo, em 2 de maio de 2017, a 30 de junho de 2020 —, o portal constatou que só 18,67% dos entrevistados do programa eram negros, numa enorme desproporção em relação aos 80,12% dos brancos chamados para as entrevistas com o jornalista — também autor nesta coletânea. No programa, as mulheres ficaram em minoria: eram 30% dos 1.293 entrevistados. Em resposta ao colunista do UOL Mauricio Stycer, o primeiro a publicar esses números, a Globo reconheceu que há muito a fazer, mas informou que já triplicou a contratação de talentos negros nos últimos cinco anos. “É dessa

maneira que buscamos enriquecer nossas obras, com olhares e contribuições variadas.”

A mesma pesquisa foi feita no *Roda Viva*, programa exibido às segundas-feiras na TV Cultura e autodefinido como um “espaço plural de apresentação de ideias sobre temas de interesse da população”. O Lójúkójú analisou 246 edições, entre janeiro de 2016 e junho de 2020: dos 205 convidados para ocupar o centro da roda, 189 eram brancos; 13, negros; 2, asiáticos; 1, indígena. Na bancada, 172 entrevistadores eram brancos e brancas; 12, negros e negras; 1, asiático; nenhum indígena. As mulheres também eram minoria: 21 entrevistadas contra 184 entrevistados; e, entre os 185 debatedores, 34 eram mulheres e 151 homens. Sob pressão das redes, Vera Magalhães, âncora do programa desde janeiro de 2020, respondeu às críticas aumentando o número de convidados negros no fim daquele ano.

No *Globo*, a primeira negra chegou ao cargo de editora executiva há três anos. É Flávia Barbosa, ex-correspondente em Washington e com uma longa carreira na sucursal de Brasília. Em 2020 — conta ela — o jornal recolheu opiniões entre repórteres, editores e todos os negros da redação para formar convicção e fazer um roteiro de mudanças. Flávia acha que o maior mal do jornalismo é confinar as abordagens de questões de gênero e raça à cobertura sobre a desigualdade. Uma das ideias é criar uma mentoria específica no jornal para formar lideranças negras, já que geralmente os pretos vêm de famílias com padrão de renda menor, com menos viagens internacionais e uma rede de contato mais limitada.

Foi em 2019 que começou a se popularizar no Brasil o cargo de editor de Diversidade, criado primeiro na *Folha*, em janeiro, depois no UOL, no fim do mesmo ano, e no ano seguinte na TV Globo, agregando ao comando da emissora uma diretoria com essa função e ligada à área de Recursos Humanos. Virou um imperativo em quase todas as redações direcionar suas políticas para agregar diversidade aos colunistas, às fontes de informação e aos critérios para novas contratações.

No UOL, a partir de 2015 a plataforma saiu à procura de jo-

vens com perfis diferentes do padrão dos formandos nas escolas de jornalismo. A ideia era ter histórias contadas pelos *brothers* da periferia, onde eles estavam criando o novo na cultura, inventando tendências e comportamentos. “É uma primeira geração da periferia que está produzindo o novo”, diz o editor Daniel Tozzi, sem vivência nos subúrbios cariocas, onde rola há mais de um século samba, jongo, capoeira e, mais recentemente, o funk e o rap. Aos poucos, Tozzi criou uma rede de colaboradores com histórias de vida diversas para escrever sobre qualquer assunto, não só sobre diversidade. O projeto seguiu e virou o selo Plural, publicado em parceria com várias ONGs — Alma Preta, Nós, Mulheres da Periferia. “Viramos uma gerência de diversidade. Ainda falta muito, mas a redação já tem colunistas negras falando de economia e trans escrevendo sobre tecnologia”, conta Tozzi.

Marta Gleich, diretora de Jornalismo de Jornais e Rádio do Grupo RBS, reconheceu, em entrevista em outubro de 2020, que não sabe quantos são os negros na redação e sente-se desconfortável em fazer um censo com pergunta sobre a cor da pele. Mas aprovou, entusiasmada, a criação do grupo de mulheres, batizado de “Jura” em homenagem a uma antiga telefonista da empresa assassinada pelo marido. Os gays da redação criaram o Pride e os pretos reúnem-se no Afro. Cada um deles discute questões específicas à identidade do seu grupo e ao fecharem propostas as encaminham à direção.

Já a *Folha* percebeu que era hora de mudar quando uma pesquisa sobre o perfil do leitor, feita rotineiramente, acendeu a luz vermelha ao constatar a redução do número de mulheres lendo o jornal — elas, que já tinham sido maioria entre as leitoras secundárias, aquelas que pegam carona na assinatura do titular. Começou uma discussão interna para entender esse afastamento e trazê-las de volta. Paula Cesarino foi chamada para assumir o cargo de editora de Diversidade e, com a direção da *Folha*, estabeleceu como meta “abarcara a diversidade social do Brasil, ter um jornal representativo do ponto de vista de gênero, raça, religiões e regiões, incluindo as periferias e um Brasil maior do que só Sudeste”.

É imperativo, mas ainda há um longo caminho a percorrer. Olhando agora, a sensação é de que as redações sempre foram povoadas por mulheres. Só que não. Foi há mais de cem anos que, pela primeira vez, uma moça trabalhou como jornalista no Brasil: a mineira Eugênia Moreira, mais tarde casada com o escritor Álvaro Moreira, teve a sua primeira reportagem publicada em 1911 na primeira página da *Última Hora*, jornal de Olegário Mariano e Líbero Badaró. Nos anos 20 do século passado, Eugênia também participou ativamente do movimento feminista e da campanha pelo voto das mulheres.<sup>12</sup>

O início da invasão feminina nas redações só foi acontecer na década de 1960 e apenas no meio dos anos 1990 tornou-se corriqueiro mulheres em cargos de poder. A primeira a virar chefe foi Ana Arruda, comandando a reportagem do *Diário Carioca*, jornal considerado o primeiro a trazer uma aragem de juventude e de mocidade até fechar, em 1964. Depois, Ana foi chefe de redação do *Sol*, um cotidiano alternativo de curta duração (de 1967 a 1968), mas marcante para toda uma geração: foi homenageado pelo compositor Caetano Veloso em “Alegria, alegria” e tema de documentário da cineasta Tetê Moraes.

No século XXI, ainda é o primeiro objetivo da editora de Diversidade da *Folha* tornar o jornal mais representativo da sociedade nos seus espaços de opinião, entre as fontes — aqueles que são entrevistados — e entre os personagens das fotos publicadas. Numa parceria da *Folha* com a startup Énois, uma pesquisa entre 17 e 30 de outubro de 2019 analisou as citações às 1.800 pessoas cujos nomes eram publicados nas edições. Os resultados só confirmaram o que todos imaginavam: supremacia de homens brancos em todas as frentes. Eles eram a maioria dos profissionais (63%) que assinavam as reportagens; 75% das fontes ouvidas; 74% dos fotografados; e 76% dos personagens das matérias. No quesito “raça”, a desigualdade era maior do que o jornal supunha: os homens negros assinavam só 4% das matérias, fotos ou infográficos; eram 6,2% entre os entrevistados ou citados; e 18,1% dos retratados. Naquele período, eram raríssimas as assinaturas de colunistas, repórteres ou fotógrafas ne-

gras; o maior número delas se concentrava na editoria Cotidiano, na qual tinham 5% de participação.

Ou seja, em 2019, a *Folha* refletia a opinião, os olhares e as perspectivas de homens brancos, num país em que as mulheres representam pouco mais da metade da sociedade e em que negros, negras ou pardos são maioria. “Entre outubro de 2019 e 2020, as campanhas antirracistas levaram a mudanças”, avalia a editora atual de Diversidade, Alessandra Moraes. As negras passaram a ser 11% dos 167 colunistas; e as mulheres brancas, 21%. Os colunistas negros estão em desvantagem: são apenas 8%.

Em agosto de 2020, o professor Silvio Almeida, da Fundação Getulio Vargas e da Universidade Mackenzie, e a socióloga Angela Alonso assumiram colunas quinzenais na editoria Poder, último bastião do monopólio macho e branco na *Folha*. Silvio sintetizou a dificuldade de todos os colunistas negros neste momento em que ainda são minoria da minoria. “O grande desafio de ter uma coluna é lidar com a complexidade do mundo e lembrar que o negro pode falar de diversos assuntos e não só da questão racial.”

Ao pensar em diversidade, as empresas estão olhando também para os entrevistados, as pessoas chamadas a opinar e/ou informar sobre os mais variados assuntos — de energia nuclear a futebol, de moda a política ou taxa de juros. Homens brancos são a maioria dos entrevistados porque estão em cargos de poder ou porque são especialistas no tema em debate. Mas claro que há mulheres competentes em todas as áreas para opinar e tentar mudar essa falta de representatividade de mulheres e negros nas páginas e telas. *O Globo*, a *Folha* e o UOL lançaram catálogos com as coordenadas de mulheres e pretos que poderiam ser entrevistados sobre os mais variados temas.

No jornal carioca, o “Fale com Ela” veio junto com o “Celina”, logotipo que circula pelas páginas quando a pauta é mulher — o produto editorial foi lançado no dia 8 de março de 2019. Seria um espaço para tratar também de histórias das mulheres negras. “Hoje estimula a venda de assinaturas”, informa Flávia Barbosa. Na *Folha* e no UOL, o catálogo abrange as fontes fora do estereó-

tipo “homem branco hétero” e, por motivos de privacidade, é de uso interno. Mas continua sendo um desafio a multiplicação de entrevistados pelas mídias: pressa e lei do menor esforço levam a uma interminável repetição dos especialistas ouvidos por repórteres, dificuldade mais bem resolvida nas startups, em que há preocupação de acabar com o silenciamento de mulheres, trans, negros e negras e buscar fontes de outras regiões do Brasil.

“No noticiário sobre as queimadas no Pantanal e na Amazônia não se ouvia um sotaque diferente, todos falavam como cariocas ou paulistas”, critica a colunista Flávia Oliveira. Também em busca de diversidade de gênero, a BBC demonstrou que mudanças são possíveis até em um curto espaço de tempo. Desde abril de 2018 a televisão pública do Reino Unido implementa o projeto 50/50, cuja meta é chegar à paridade de gênero entre os criadores de conteúdo e na programação exibida. Depois de um ano, 74% das emissoras do grupo BBC ao redor do mundo tinham alcançado a meta e, nas outras 26%, a participação das mulheres estava acima de 40%. O processo foi simples: criou-se um software em que cada jornalista preenchia dados sobre quantas fontes tinha ouvido para as matérias e sobre o gênero dos entrevistados. Esses boletins eram compartilhados com todas as equipes, e, claro, isso foi uma forma de pressão que funcionou bem.

A pergunta que não quer calar: o combate ao racismo estrutural nas mídias é para valer? Pesquisa do Instituto Reuters revelou que diversidade racial é prioridade de quatro em cada dez redações. Foram entrevistados, entre setembro e outubro de 2020, jornalistas em posição de poder em 136 redações de 38 países, entre eles o Brasil. Quase a metade dessas redações tem políticas de inclusão, mas 36% não contam com orçamento para isso e 84% dos diretores acham que a diversidade existe mais entre jovens jornalistas e é rara nos postos de comando.

A tendência é irreversível e as empresas já perceberam isso. Pesquisa da *Harvard Business Review* aponta que os conflitos diminuem pela metade quando há diversidade no trabalho: nesse cenário, 17% dos funcionários se disseram mais motivados a

assumir responsabilidades; e as companhias têm chances de ter lucro 35% acima da média no setor em que atuam. “Em matéria de representação, de vermos mais negros em campanhas publicitárias, temos crescido. Não é uma decisão do mercado, quando a sociedade e a mídia se manifestam, as marcas vão junto para não perder a conversa”, disse Cida Bento à *Folha* em matéria sobre os privilégios da branquitude.

Sob pressão contínua dos movimentos sociais, a pauta da diversidade marcou o jornalismo brasileiro no difícil 2020, mais um ano que não acabou. Em fevereiro de 2021, no extenso material sobre os cem anos do jornal, a *Folha* anunciou um programa de treinamento para jornalistas negros, a inclusão da diversidade no seu manual de redação e novos colunistas pretos ou pardos. No mesmo mês, *O Globo* mexeu na sua grade de colunistas, aumentando o número de mulheres e negros. Todos os diretores de redação reconheceram que é necessário trabalhar sobre o abismo de raça e gênero nas corporações.

### *A revisão da História*

Num debate na Abraji em setembro de 2020, a jornalista negra do *New York Times* Nikole Hannah-Jones não estava otimista. “Os editores de Diversidade não têm poder, não conseguem cumprir metas e são demitidos”, declarou. Ela é uma das autoras e a idealizadora do monumental 1619 Project, uma série de reportagens que recontou a História americana colocando a herança da escravidão negra e a contribuição dos negros no centro dessa narrativa. O projeto foi publicado na revista, em caderno especial, e virou também um podcast do *New York Times*. Vencedor do Pulitzer de 2020 — maior prêmio do jornalismo internacional —, foi leitura obrigatória e tema de discussão inevitável no verão de 2019, criando polêmica entre progressistas e conservadores. Nikole mostra como nada ficou intocado na sociedade americana a partir de 1619, data da chegada à Virgínia dos primeiros negros escraviza-

dos saídos de Angola. “A prova de como o país não enfrentou essa ancestralidade são as estatísticas em que os negros são os mais pobres, os com pior nota nas escolas, os que mais morrem no parto, os com pior trabalho e o maior número de prisioneiros”, explicou em entrevista à *Folha*. O Projeto de Nikole é também uma prova de que diversidade é fundamental: “Se eu não estivesse no *New York Times*, o 1619 Project não existiria, porque nenhum jornalista branco o faria”, disse na entrevista.

No mesmo debate na Abraji, a jornalista Yasmin Santos, recém-formada e negra, contou que, ao ser aceita como estagiária na revista *piauí*, lugar dos seus sonhos para trabalhar, levou um susto ao ver que só um outro preto estava lá, também como estagiário e havia pouco tempo. Com base em sua pesquisa de fim de curso na UFRJ, escreveu “Letra preta”, matéria publicada com destaque na *piauí*, na qual relatou a visão de 47 jornalistas negros entrevistados por ela. Mais da metade relatava ter sofrido racismo; só 23 tinham tido chefes negros. Uma perdeu o nome e passou a ser chamada de “Nega”, outro ouviu que parecia um bandido. “A sorte da minha geração é a pressão das redes. Na internet, briga-se por tudo mas [ela] é indispensável: para cobrar dos nossos colegas e editores. Isso acaba sendo um apoio para nós.”

### *A política muda devagar*

No ano em que a discussão sobre racismo e gênero estava nas mídias em toda parte, os resultados das eleições municipais de 2020 provaram que é lento o aumento da diversidade nas esferas do poder político. Nas prefeituras brasileiras, praticamente ficou estável o número de mulheres, negros e indígenas eleitos, indica pesquisa do Instituto Update elaborada com base em dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE).<sup>13</sup> Já na votação para vereadores, há boas notícias: os negros e pardos são 44% dos eleitos nas capitais e as mulheres ocuparão 18% das cadeiras das Câmaras Municipais nas grandes cidades, constata pesquisa da plataforma Gênero e Número.

Pelos dados do Update, há mulheres eleitas vereadoras em todas as 5.567 cidades do país, mas elas são maioria em apenas quarenta municípios. Apesar disso, ganharam espaço, e os homens brancos perderam alguns lugares. Entre as novas vereadoras, 6,25% declararam-se negras. Indígenas, quilombolas e mandatos coletivos (exercidos por um grupo que se reveza nas votações) obtiveram sucesso em treze capitais. Nas estatísticas oficiais não aparecem as transexuais, mas a presença delas cresceu e muito: trinta foram eleitas. É pouco, mas isso representa 257% a mais do que em 2016, atesta a Associação Nacional de Travestis e Transexuais. E ainda mais significativo: em Aracaju, Belo Horizonte, Niterói e São Paulo elas foram as mais votadas.

Nos Estados Unidos a força do ativismo negro se mostrou com a histórica vitória de Kamala Harris, a primeira mulher e a primeira negra a assumir como vice-presidente do país. “Esperança, nós podemos respirar”, declarou em editorial o *New York Times* no dia seguinte à eleição de Kamala e Joe Biden. Foi a realização dos desejos dos progressistas ao redor do mundo, ansiosos por deixarem para trás as pautas de extrema direita de Donald Trump, que, nos últimos quatro anos, foram um apoio para os retrocessos em países como Brasil, Hungria, Polônia. “Já vai tarde” era o título do editorial da *Folha*, ao se tornar conhecido o resultado da votação. “Kamala vice prova que 2020 é o ano das mulheres negras”, titulóu o UOL. “Embora eu seja a primeira nesse cargo, não serei a última. Toda garotinha que estiver me vendo agora, sabe que este é um país de possibilidades”, discursou Kamala logo após a confirmação da vitória democrata. Veio dela o brilho que faltava à campanha de Joe Biden; e agora, como vice, estão concentradas nela as expectativas dos eleitores, especialmente os negros.

Nas primeiras eleições americanas depois dos protestos do Black Lives Matter, a líder desse movimento, Cori Bush, foi eleita deputada, enquanto Sarah McBride tornou-se a primeira senadora transgênera do país. E, mais simbólico, a Geórgia deu vitória ao primeiro senador democrata negro no sul dos Estados Unidos — o lugar em que a escravidão deixou marcas mais fortes no país e,

não por acaso, onde os movimentos de supremacia branca têm maior adesão.

Pesquisa citada pelo colunista Thiago Amparo na *Folha*, em 9 de novembro de 2020, revela que nove em cada dez eleitores consideraram as manifestações antirracistas na hora de votar. Aqui e lá a imprensa também influenciou os eleitores, ao exercer seu papel de *gatekeeper* (o filtro dos editores ao selecionar e rejeitar as notícias) e não parar de investigar a distopia dos anos Trump e Bolsonaro.

### *Entre brisas e tempestades*

No Dia dos Namorados de 2020, Erick Rianelli e Livia Torres estavam esperando para entrar ao vivo no *Bom Dia Rio*, na TV Globo. O programa se encaminhava para o encerramento quando eles receberam o aviso de que a conexão estava ruim e provavelmente cairia a matéria sobre o primeiro encontro de dois namorados que se casaram durante a pandemia. “Se cair, improvisem uma declaração ao amor de vocês”, orientou, pelo fone, a editora. Erick ficou tenso. A colega falou primeiro e, na sua vez, ele engatou: “Meu marido, Pedro Figueiredo, o nosso colega repórter, meu amor, minha vida.” Perto, o cinegrafista, mais velho e também gay, chorava emocionado.

Aí caiu a ficha. Ao “oficializar” o casamento de dois repórteres gays, ao vivo e em cores, Erick tinha vivido um momento simbólico do jornalismo audiovisual, como acontecera antes com o beijo gay em novela no horário nobre.<sup>14</sup> Depois do susto, o casal, feliz, compartilhou o vídeo nas redes. Receberam muitos posts carinhosos, de muitas mães querendo entender melhor o filho, outros de gays se dizendo representados por Erick e Pedro. Uns poucos *haters* atacaram e foram bloqueados. Desde então o casal faz parte das campanhas de diversidade da emissora e Pedro está, pela segunda vez consecutiva, na lista das cinquenta personalidades gays mais importantes do *Guia São Paulo*.

Dá para notar: as reivindicações LGBTQIA+ entraram no rol das causas encampadas pela mídia. Para horror da ministra Damares Alves, no lugar do mundo binário pintado só de rosa e azul, há toda uma escala cromática para falar de gênero. “Somos múltiplos: ao entrecruzar raça, etnia, sexo, faixa etária, classe e lugar de origem, desenha-se um ecossistema da contemporaneidade no Brasil”, defendeu o editorial do caderno produzido pela Área de Valor Social da TV Globo em 2017. Nele, foram contadas 37 expressões diferentes para falar de sexualidade e gênero, já prevendo que daqui a pouco serão substituídas, ressignificadas, transformadas e, finalmente, extintas.

Mudanças na sociedade só acontecem quando há mobilização; essa é uma evidência ao olharmos para a comunidade LGBTQIA+. O marco inicial desse movimento foi a chamada Revolta de Stonewall: durante cinco noites, em 1969, as pessoas *queer* de todos os sexos e raças resistiram a um ataque policial ao bar de Greenwich Village, em Nova York, onde estavam reunidas. Não há registro de notícias sobre o motim no arquivo do *New York Times*, apenas referência a imagens do fotógrafo Fred McDarragh e seu lamento, dez anos depois, por nem ter imaginado que testemunhava um momento histórico. Em 2020, cinquenta anos depois da primeira Parada Gay nos Estados Unidos, praticamente toda a mídia brasileira, do SBT à TV Globo, GloboNews, Bandeirantes e CNN, dos jornais impressos às startups independentes, todos se aliaram à causa LGBTQIA+, incluindo-a na pauta da defesa dos direitos humanos.

O marco da aceitação do movimento no Brasil foi a Conferência Nacional de Gays, Lésbicas, Bissexuais, Travestis e Transexuais, realizada em junho de 2008 em Brasília, lembra André Fisher, jornalista, ativista, criador do portal e do festival Mix Brasil, atual diretor do Centro Cultural da Diversidade de São Paulo. Impensável nesses tempos de retrocesso, a conferência teve a presença do então presidente Lula, passeando de mãos dadas com a mulher, dona Marisa, e os anais do encontro foram publicados em documento oficial da Secretaria de Direitos Humanos. Nessa

reunião, foi decidido trocar o nome “movimento gay e lésbico” pelo mais abrangente LGBT (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros), já ampliado para LGBTQIA+: Q, de *queer* (quem não se encaixa em nenhum gênero e flui entre eles); I de intersexual (pessoas com variações anatômicas nos corpos tidos como masculino e feminino); A de assexual ou aliado; e o sinal de +, indicando outras possibilidades no campo da sexualidade.

A mídia aderiu muito rapidamente à designação LGBT. Foi uma surpresa para o veterano André Fisher, que tentara convencer o UOL a fazer a mesma mudança, mas a sugestão era sempre recusada por um motivo trivial: o manual de redação vetava o uso de siglas. Na mesma época, uma editora pediu-lhe para mudar num texto a palavra “lésbica”, considerada muito forte, por algo mais leve. Jornalistas e âncoras ainda escorregam ao usar termos inapropriados no ar. Por exemplo, no dia em que o *Jornal Nacional* anunciou a morte de Jane de Castro, nomeou-a corretamente no feminino. Mas errou ao dizer que ela era *um* travesti e não *uma* travesti, como manda o politicamente correto. “Causou revolta”, conta Pedro Figueiredo.

O seu “lugar de fala” — vendo o entorno como homem gay — faz Pedro perceber que existe certo constrangimento dos colegas ao dar alguma notícia sobre LGBTQIA+ e, para maior segurança, usam o pomposo “homossexual”, já fora de moda. Seu olhar treinado o tornou o único repórter a perceber como um vereador ficou escondido e mudo na Câmara Municipal ao ser chamado para votar sobre o pedágio na Linha Amarela do Rio de Janeiro porque o número dele era 24, associado aos gays.

São cenas do dia a dia que evidenciam a resistência do preconceito nas redações e na vida cotidiana. Fábio Alves, colunista do *Estadão* e do Broadcast (serviço de informações em tempo real da Agência Estado), já se acostumou a deixar seus leitores mudos por, pelo menos, dois minutos quando eles insistem em encontrá-lo pessoalmente. São todos profissionais que giram em torno do mercado financeiro, já que as colunas de Fábio antecipam os fatos que podem afetar bolsa, câmbio, juros. “Eles me imaginam branco, velho, de terno e óculos. Ficam mudos quando veem que sou



gay. Teve um que me encontrou na academia e, como eu estava com a camiseta do Broadcast, perguntou meu nome. Quando eu disse 'Fábio Alves', ele deu dois passos para trás e nunca mais conseguiu falar comigo", lembra, rindo, o jornalista.

Todos somos uma encruzilhada de identidades que se encontram e se misturam para nos formar. "Reconhecer e abordar a interseção das identidades é uma realidade inescapável para quaisquer discursos que pretendam sobreviver na sociedade contemporânea", analisa Jacqueline Gomes de Jesus, doutora em psicologia social. Era praxe nas mídias pouco atentas à pluralidade reforçar estereótipos, às vezes identificáveis só pela escolha das notícias a botar no ar ou a publicar. É do que reclama Schuma Schumacher, lésbica, ativista há décadas e fundadora da ONG Redeh — Rede de Desenvolvimento Humano. "Como parte da comunidade LGBT, não me sinto representada pela mídia de jeito nenhum, nunca aparece o tema da liberdade sexual, da cidadania, dos direitos, só é notícia quando um gay é assassinado."

São resquícios de um passado que ainda não passou.

### Lampião, o pioneiro

O dramaturgo, escritor, roteirista, cineasta e romancista Aguinaldo Silva começou a vida profissional no Rio de Janeiro como repórter de polícia no *Globo*. Estávamos em plena ditadura, gays eram perseguidos pela polícia política e alvos da violência homofóbica disseminada na sociedade. Aterrorizado por esse dia a dia violento, Aguinaldo lançou *Lampião da Esquina*, o primeiro "jornal homossexual" — falava-se assim na época —, numa tentativa de mudar a imagem dos gays. No ano de 1978, em editorial, ele perguntava: "Por que um jornal homossexual?" E respondia: "É necessário destruir o gueto e, portanto, sair dele. O que nos interessa é destruir a imagem padrão que se faz do homossexual, segundo a qual ele é um ser que vive nas sombras, que prefere a noite, que encara a sua experiência sexual como uma espécie de maldição,

que sempre esbarra em qualquer tentativa de se realizar mais amplamente como ser humano." Naqueles tempos de chumbo, um delegado chamou de "operação limpeza" a caça às travestis em rondas policiais por São Paulo.

O *Lampião* desafiava a ditadura com manchetes críticas e afiadas: "Mais tesão, menos educação"; "O Esquadrão mata-bicha"; "Masturbação é o prazer da maioria". Do conselho editorial, além de Aguinaldo Silva, destacavam-se os escritores Caio Fernando Abreu e João Silvério Trevisan. No início, os jornalistas se recusavam a vender o tabloide, mas, apoiado por artistas, o *Lampião* furou o bloqueio e chegou a ter uma tiragem de 25 mil exemplares. Fazia campanha contra a violência policial, o racismo e a homofobia. Também defendia a preservação do meio ambiente. A imagem de gays como seres das sombras ficou para trás; a violência contra eles, nem tanto. André Fisher lembra-se de, adolescente, ir até o Centro do Rio comprar o *Lampião*: lia e jogava fora, porque não ficava bem chegar na casa da família com o jornal. Também se recorda do tempo em que a presença LGBT na mídia era restrita às páginas de polícia. Inspirada pelo *Lampião*, a mídia gay foi se expandindo, com *O Tempo* pipocando em Belo Horizonte, depois *O Povo*, no Ceará.

Na grande mídia, a temática ganhou destaque na *Ilustrada*, caderno de cultura da *Folha*, quando a colunista Erika Palomino tinha uma página por semana sobre a noite paulista, na prática, uma cena gay, o mesmo assunto de André Fisher em sua coluna no *Jornal da Tarde* e depois na *Folha*. Na sequência, o jornalismo *mainstream* começou a usar expressões do *underground*, adotadas pouco depois pela dramaturgia da TV Globo, referendando-as, assim, para serem usadas fora do gueto. "E todo mundo começou a usar", diverte-se André. Palavras como "arrasou", "abalou", "bafo", "carão", "odara" e muitas outras, hoje completamente incorporadas ao falar do dia a dia.

O resto é história trágica e bem conhecida: nos 1980, toda a temática LGBT girou em torno da epidemia de aids, uma das mais devastadoras da humanidade. O luto pelos milhões de mortos só começou a abrandar na década seguinte e, a partir de 1993, recomeça-

ram as manifestações públicas, por meio de festivais — Mundo Mix, em São Paulo, Arco-Íris, no Rio, Dignidade, em Curitiba — e das paradas gays. A crise que atacou a grande mídia devastou também a imprensa de nicho e dizimou revistas, jornais, sites LGBT aqui e no mundo — só nos Estados Unidos permanecem alguns remanescentes. Até a *G Magazine*, fenômeno brasileiro com sua estética *porno soft* e tiragem mensal de 180 mil exemplares, fechou em 2012.

Na mídia popular, acabaram as manchetes escandalosas com “bichas” e “sapatões” no título, assim como andam a caminho da extinção as piadas homofóbicas dos humorísticos. Produtores agora consultam se o texto está ultrapassando as fronteiras do bom gosto e empresas pedem consultorias para aumentar a diversidade. Mais simbólica talvez seja a reação a um dos muitos comentários homofóbicos do presidente Bolsonaro, em novembro de 2020, de que o Brasil precisava deixar de ser “um país de maricas” e enfrentar a pandemia de covid-19 “de peito aberto”. A repercussão chegou ao tabloide *New York Post* e por aqui foi estrondosa nas redes, nas colunas e nos programas jornalísticos. “Somos todos maricas”, foi o tom geral das respostas.

A partir dos anos 2000 a mídia apoiou o bom combate. Mas ainda há perguntas sem respostas. Rafael Lisboa, jornalista da *Exame*, com uma longa passagem pela TV Globo em tempos mais preconceituosos, pergunta-se se um dia será possível um *Em Pauta Gay*, na linha do *Em Pauta Preto*, com todas as comentaristas negras e o âncora também negro discutindo racismo. “Não vejo nada parecido acontecendo em relação aos gays, é um tema que precisa ser discutido, ainda mais com governos conservadores”, diz. Schuma também não entende por que faltam âncoras e comentaristas assumidamente LGBT. “Acho um preconceito dissimulado, é como se fosse algo da intimidade das pessoas e, portanto, não deveria ser falado”, analisa.

“E será que um gay pode chegar a âncora do *Jornal Nacional*?”, perguntou-se Pedro Figueiredo quando passou a aparecer no vídeo e teve a tentação de entrar no armário, pelo menos para o público da televisão. Se valer o exemplo dos Estados Unidos, che-

gará, sim, o dia de um LGBTQIA+ na bancada de um jornalístico com grande audiência. O âncora do mais importante noticiário da CNN, Anderson Cooper, é gay publicamente assumido e, em maio de 2020, anunciou a adoção de um bebê. O jornal que ele apresenta leva o seu nome — *Anderson Cooper 360* — e tem a maior audiência do país entre o público de 25 a 54 anos, nada menos do que 44,8 milhões de pessoas. Ele é também correspondente do *60 Minutes*, premiado programa de reportagens investigativas.

### *A vez das trans na política*

O ano de 2020 foi também marcante para as pessoas transgêneras. Nos Estados Unidos, por exemplo, Shawn Skelly, ex-comandante da Marinha, foi a primeira trans a assumir um cargo que exige nomeação presidencial. E não era qualquer cargo; ela estava na equipe de transição de Biden para assuntos de Defesa num país em que todas as gerações têm uma guerra para chamar de sua.

Aqui foi um ano com muitas boas e muitas más notícias. Uma boa: a maior parte das trinta trans ou travestis eleitas vereadoras teve votações estrondosas, e sete lideraram em número de votos em suas cidades. Foram dezesseis candidaturas de esquerda, oito do centro e duas pela direita. Erika Hilton, do PSOL, primeira trans negra a ser eleita em São Paulo, tornou-se a vereadora mais votada no Brasil e a sexta entre todos os vereadores na capital. Virou uma estrela da mídia: foi capa da revista *Cult*, estava na primeira página do jornal *Valor Econômico*, na revista *Ela* e no centro do *Roda Viva*. De salto alto e brincões, falante e articulada, ela vê sua montanha de votos como uma reação à perseguição do governo Bolsonaro aos diversos. “Os movimentos sociais e os grupos ditos minoritários entenderam a urgência de se organizar politicamente”, disse na entrevista ao *Valor*.

Benny Briolly, 28 anos, travesti, moradora de favela e militante de direitos humanos, também do PSOL e a mais votada para a Câmara de Niterói, teve de enfrentar a milícia bolsonarista: a Pon-

te, startup especializada em segurança pública, noticiou que ela e as mulheres da sua campanha foram xingadas e empurradas por apoiadores de Bolsonaro, todos homens. Na rede, recebeu ameaças de morte: “Ronnie Lessa está de olho em você”, escreveram, referindo-se ao policial militar reformado preso sob a acusação de ter assassinado Marielle Franco e Anderson Gomes.

Essa foi a primeira vez que as trans puderam concorrer usando seu nome social, o nome escolhido após a mudança de sexo, uma autorização só referendada pelo Tribunal Superior Eleitoral em 2018. No ano seguinte que a Organização Mundial da Saúde retirou a transexualidade da lista de doenças mentais da Classificação Internacional de Doença. E, em 2020, segundo a Associação Nacional de Travestis e Transexuais, o número de candidaturas foi recorde — chegou a 294 —, sinalizando um despertar político. “Elas aportam novos significados e desafios para o próprio pensamento feminista na relação corpo/sexualidade”, diz Maria Betânia Ávila, do SOS Corpo, de Recife. Todas, candidatas e eleitas, tinham pautas de defesa de direitos sociais e propostas para tornar o mercado de trabalho mais receptivo.

Mas tem a notícia ruim que se repete: a violência continua matando as trans. No mesmo dia em que eram divulgados os ganhos eleitorais, a ONG Transgender Europe, rede de defesa dos direitos das trans, publicava que, pelo décimo segundo ano consecutivo, o Brasil era o país mais transfóbico do mundo, com o assassinato de 175 delas em 2020.

Nas redações, só duas jornalistas se declararam trans no censo interno da startup Énois e do UOL — outras preferiram não definir o próprio gênero. Fora elas, nenhum outro entrevistado foi capaz de se lembrar de algum ou alguma colega que tenha feito redesignação sexual. As matérias sobre trans e travestis ainda são sempre sobre as dificuldades deles e delas na busca pela aceitação e para assumir uma nova identidade. “Olhe no espelho e imagine que o que você vê não é o que você é”, explicava um *Globo Repórter* sobre o que é “ser trans”. Foi esse também o tom de reportagens recentes exibidas no *Fantástico* e no *Profissão Repórter*, da TV Globo.

A cantora Jup do Bairro é um exemplo. Paulistana, 27 anos, nascida no Capão Redondo, na divisa com Itapeverica da Serra, é um dos nomes da nova cena pop-rap *queer* e foi Artista Revelação do Prêmio Multishow de Música Brasileira 2020. No disco *Corpo sem juízo*, desenvolve poeticamente suas inquietações com o sexo e a identidade trans, negra e periférica. Num debate sobre “Jornalismo tem lado?”, respondeu: “Jornalismo tem lado, é só ver como os corpos trans são noticiados. Na televisão, a gente vê nossos corpos tendo como única possibilidade a morte e o crime.”<sup>15</sup>

### *Territórios sob ataque*

“Minha mãe nasceu em 1920 no interior de Minas, onde é hoje a região do aeroporto de Confins. Ela conta que até ali pelos seus 7 ou 8 anos, as crianças andavam nuas porque não tinham roupas. O que me impressiona é que nessa mesma data acontecia a Semana de Arte Moderna em São Paulo.” A memória de infância contada pela mãe e revelada pela escritora Conceição Evaristo, em entrevista ao *Globo*, é uma dolorosa síntese da desigualdade brasileira: vanguarda artística e literária convivendo no tempo e no espaço com a extrema pobreza de crianças nuas por falta de dinheiro. A imensa desigualdade continua até hoje — o Brasil é o nono país mais desigual do mundo<sup>16</sup> — e a pobreza tem cor e gênero. O total de pobres era de 52 milhões de brasileiros em 2019, 70% deles pretos ou pardos. Na base da pirâmide estão as mulheres pretas e pardas, 39% entre os pobres, embora sejam 28% da população.

O eixo mais difícil da diversidade a ser incorporado à mídia é a cobertura dessa população vulnerável, parte dela vivendo em favelas — no Rio, são 25% dos moradores da cidade. Se cada vez mais mulheres, LGBTQIA+ e, aos poucos, os negros estão representados nas páginas e telas da grande mídia, as populações que moram nos territórios e os povos indígenas ainda são invisíveis ou mostrados de forma estereotipada e desumanizada.

Flávia Oliveira, em sua coluna do *Globo*, cita uma pesquisa do

Data Favela/Instituto Locomotiva sobre a percepção de moradores e não moradores sobre as periferias. A única palavra lembrada pelos dois grupos foi “pobreza”, uma realidade reconhecida por toda a população. A turma do asfalto associa violência, tráfico, assaltos a esse lugar; já os moradores das periferias falam de família, alegria, amizade, felicidade, ao pensar nos lugares onde ficam suas casas. A pesquisa revela como a favela se reconhece, o que deseja e o que atrapalha a vida cotidiana. “Parem de nos matar” era a manchete do *Maré de Notícias*, jornal comunitário mensal, com versão em papel e on-line, replicado nas dezesseis comunidades que formam o Complexo da Maré, na Zona Norte do Rio.

Estávamos já na pandemia de covid-19 e dados do Instituto de Segurança Pública indicavam que a violência policial matara 744 pessoas entre janeiro e maio de 2020 no estado do Rio de Janeiro. Como sempre, a maioria dos homicídios era de jovens negros nas periferias da capital, mas, naquele ano, em junho, o Supremo Tribunal Federal proibiu as megaoperações policiais, que aumentam o número de mortes e aterrorizam os moradores. Apesar disso, não causou escândalo nem foi manchete na grande mídia quando em outubro o delegado Allan Turnowski, após assumir a chefia da Secretaria de Polícia Civil do Rio, explicou que, se pudesse, colocaria tanques de guerra no alto das comunidades e dali as tomaria de cima para baixo. Ele ainda usaria helicópteros, “não um, mas três”, para atacá-las. Parecia traçar planos para uma superprodução cinematográfica. Só que não: estava se referindo à sua política de segurança para as 1.413 favelas do estado do Rio.<sup>17</sup> Apesar da decisão do Supremo de autorizar essas megaoperações só em situações excepcionais, a autoridade acha tudo excepcional na vida dessas comunidades, olha-as como se fossem territórios inimigos a serem tomados.

Sim, sabemos que existem traficantes na área, mas já está provado que a guerra às drogas não deu certo em lugar nenhum do mundo. “É falida a estratégia de entrar nas favelas atirando. [Os policiais] produzem mortes de moradores e apenas apreendem pequenas quantidades de maconha ou cocaína, sem efeito sobre

os grupos criminosos”, diz Cesar Munhoz, pesquisador sênior da Human Rights Watch.<sup>18</sup> Inúmeras entrevistas de especialistas, publicadas na mídia, defendem a descriminalização das drogas, o controle do tráfico de armas e o uso da inteligência para reduzir a violência dos grupos armados. “É a impunidade que mantém essa estratégia policial”, avalia Munhoz.

Nós, cidadãos, e nós, jornalistas, já nos acostumamos a pensar no Rio como “cidade partida”. É esse o eufemismo adotado pelas mídias tradicionais e pela classe média carioca, incluindo os progressistas. Camuflada nesse conceito aparentemente neutro, está expressa também a ideia de que são as comunidades as causas de muitos dos males da “Cidade Maravilhosa”. Nessa visão preconceituosa, as periferias seriam lugares de violência, morte, tiroteio, tráfico, de onde viriam todas as ameaças aos cidadãos de bem, os brancos e ricos, moradores das áreas nobres. A polícia aposta no enfrentamento armado, que faz vítimas entre jovens, negros e pobres, para garantir a segurança da elite dos bairros mais ricos, ignorando o direito de viver em paz dos moradores das favelas. Com a proibição das grandes operações policiais nesses territórios, o número de mortes violentas diminuiu 70% entre junho e setembro de 2020, atesta o relatório da Human Rights Watch. Apesar disso, as operações policiais foram responsáveis por 30% das mortes violentas no Rio e por 13% no país.

“Eles lutaram para ter água encanada, escola, posto de saúde. Só vão ter segurança se o Estado reconhecer neles um morador com direitos iguais aos de Copacabana, Leblon, Flamengo”, diz Eliana Silva, fundadora e diretora da Redes da Maré. Às vésperas do Natal de 2020, as primas Emily Vitoria da Silva Santos e Rebeca Beatriz Rodrigues dos Santos, de 4 e 7 anos, morreram baleadas pela polícia em Duque de Caxias, na Região Metropolitana do Rio, enquanto brincavam no quintal de casa. No dia 2 de janeiro de 2021, a tragédia se repetiu. Entre as chamadas de primeira página do *Globo* sobre a posse dos novos prefeitos no Brasil no dia anterior, em uma pequena nota de pé de página era noticiada a morte de Alice da Silva, 5 anos, no colo da mãe, atingida por um

tiro disparado por traficantes que comemoravam o Réveillon no Morro do Turano, na Tijuca.

Na ausência do Estado para garantir segurança, os grupos armados ocupam o espaço deixado pelo poder público e os moradores são ameaçados por traficantes, por milicianos e pela violência das forças policiais. O crime organizado destrói emprego e renda nas comunidades pobres, dificulta o acesso dos serviços privado e público, aumenta a insegurança dos moradores nesses territórios. Números do governo do Rio, publicados pela *Folha*, revelam que 81% das favelas sofrem com as facções e 18% com milícias, estimando que existam 56.620 bandidos com armas de grosso calibre nessas periferias.

Só de janeiro a outubro de 2020, dezessete meninos e meninas foram feridos ou mortos por confronto entre grupos armados. Na véspera do Dia das Crianças, Leônidas, de 12 anos, chegava, acompanhado da avó, a um supermercado na avenida Brasil, a maior da cidade. Foi baleado e morto por homens trocando tiros de dois carros; a polícia garante que não entrou no tiroteio. A tragédia mereceu uma pequena nota na versão on-line da editoria Rio'do *Globo* e dois dias depois o jornal, em editorial, cobrou da polícia o fim das “balas perdidas”. É mais um eufemismo da grande imprensa para se referir à morte de cidadãos por grupos armados ou pelas forças de segurança.

A mídia é contra os exageros da polícia, defende o trabalho de inteligência, é contra os “caveirões”, mas as mortes nas periferias são banalizadas nas matérias publicadas. No Rio, das 6.134 notícias sobre mortes por bala perdida no acervo do *Globo* de 1970 a 2019, apenas 211 chegaram à primeira página. Na *Folha*, uma única notícia sobre a violência contra negros virou manchete em 2020, aquela da morte de João Alberto: “Homem negro morre espancado por seguranças do Carrefour”.

As Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs)<sup>19</sup> receberam apoio rasgado da grande mídia, unânime na esperança de ter segurança sem tiros e mortes, mesmo se não acalentasse a ilusão de que acabariam com o tráfico. A aposta era diminuir drasticamente a

violência. Já os moradores acreditaram menos nesse “milagre”, e tinham razão porque a corrupção e os desmandos autoritários voltaram rapidamente.

Gizele Martins há onze anos é diretora do jornal da Maré Nós Por Nós, em que a população da favela é a protagonista da cobertura. “Nós viemos para dizer que somos parte do país, dizer que somos iguais, temos força. A população branca é minoria e estamos fazendo jornalismo nas favelas”, apresentou-se ao participar do debate “Jornalismo tem lado?”. Ela tem uma visão extremamente crítica do que chama de “a outra mídia”, referindo-se aos veículos tradicionais de imprensa e às emissoras de rádio e TV. Na mesma época em que a grande imprensa apostava suas fichas no sucesso das UPPs, Gizele e outros jornalistas eram ameaçados pelos policiais dessas novas unidades de polícia e muitos tiveram de deixar a comunidade e mudar de atividade. “A outra mídia se diz imparcial, mas tem lado e, historicamente, está ditando regras, controlando nossos corpos e nossos saberes. Destrói tudo que construímos, criminalizando-nos como violentos e bandidos.”

Um exemplo? Ela cita o portal G1 de notícias, no qual a Maré foi chamada de “bunker de bandidos” num momento em que as associações estavam trabalhando duramente para socorrer os moradores em meio à pandemia. A criminalização do lugar de moradia de 140 mil pessoas criou uma revolta que se espalhou por várias favelas do Rio. “A gente teve de se defender e pedir resposta. [Eu] disse que éramos um bunker de potência”, comenta Gizele. Ela está longe de ser uma voz isolada.

O trauma com o bárbaro assassinato do jornalista Tim Lopes em 2002, com extrema crueldade, no Complexo do Alemão, ainda paira sobre as redações e, por questões de segurança, os repórteres não entram até hoje nesses territórios. Nas raras vezes que chegam lá, vão acompanhados pela polícia. A consequência é uma narrativa sobre segurança pública ancorada, quase sempre, nas vozes e versões da polícia e no apagamento dos saberes e das culturas criadas nesses territórios. Olhamos para as favelas como se fossem todas semelhantes, uma prova do nosso desco-

nhecimento e da ignorância do Estado sobre a realidade nessas comunidades.

A colunista do UOL e professora da Universidade Federal de Pernambuco Fabiana Moraes também cobra outra postura: “Chegou um momento irreversível, de pressão externa do movimento social de gênero e raça, para o jornalismo se reposicionar. São mais 30 mil mortes neste início de 2020, mostrou o Anuário de Segurança Pública. Temos de falar todos os dias sobre isso.”

Muitos dos jornalistas e/ou líderes comunitários têm uma “lembrança inesquecível” da desumanização do povo das favelas ao ser retratado em reportagens sobre a vida cotidiana ou em embates para a sobrevivência. “A sociedade de hoje é preconceituosa, racista, e tem muita contribuição da mídia para isso”, acusa Rene Silva, há quinze anos líder do jornal *Voz das Comunidades*. Um marco disso, para ele, foi uma capa do *Globo* nos anos 1990 na qual o Complexo do Alemão era rotulado de “quartel-general do tráfico” e de “lugar infernal”. “Décadas se passaram, continuam reproduzindo isso”, critica. “O jornalismo reforça uma imagem negativa das periferias e dá uma ideia equivocada dos pobres”, lamenta Eliana Silva, da ONG Redes da Maré.

O Rio é apenas um microcosmo da violência nacional e um emblema do fracasso do Estado em garantir a segurança das periferias em todo o país. A geografia da cidade, em que os territórios entremeiam os bairros ricos, torna impossível para a grande mídia apagar a precariedade dessas comunidades, evidenciando a desigualdade no país. Com um olhar distante, só muito recentemente os jornalistas começaram a valorizar a cultura, a arte e a inovação pulsando nessas periferias. E a reconhecer a resiliência e a solidariedade entre as pessoas para suprir a falta de investimentos e a ausência do poder público.

No noticiário dos veículos tradicionais, jovens negros com drogas são traficantes; brancos com drogas são estudantes. Pobres são revistados sempre, e os sem documentos vão parar na cadeia. Carros de polícia estacionados na entrada das comunidades marcam a fronteira simbólica entre os dois mundos. Inúmeras vezes

os jovens pretos são presos por “engano”, depois de “reconhecidos” em fotos de fichas criminais. Aconteceu, por exemplo, em setembro de 2020, com Luiz Carlos Justino, 23 anos, músico da Orquestra de Cordas da Grota. Ele foi preso enquanto tocava na rua e “reconhecido” por foto como ladrão, apesar de estar no mesmo dia do roubo apresentando-se com a orquestra longe do ocorrido. Só foi solto três dias depois, por conta de uma campanha do *Globo* e da TV Globo. Vai processar o Estado por racismo, disse. Para pressionar a opinião pública e a mídia a abrir espaço para essas injustiças, um grupo de artistas, com Caetano Veloso à frente, começou uma campanha contando as histórias de inocentes presos. Em uma delas, o jovem já estava na cadeia havia dez meses.

Em São Paulo as comunidades pobres, geralmente distantes do Centro, são apagadas da cobertura jornalística da cidade. Mas não puderam ser ignorados os nove assassinatos promovidos pela polícia no bairro de Paraisópolis, no fim de 2019, para reprimir o “pancadão”, criminalizado por reunir multidões em espaços inadequados, onde roubos e “arrastões” acontecem. Pode ser, mas o Carnaval e o Réveillon provam que, com policiamento civilizado, milhões se reúnem em paz e os eventuais crimes são reprimidos. “Quando as tragédias acontecem, todos gritam, mas depois esquecem”, critica Eliana.

### *A força dos jornais comunitários*

O *Maré de Notícias* reflete o trabalho de base e de resistência organizado pela Redes da Maré, instituição com legitimidade e visibilidade conseguida com o espetacular trabalho comunitário realizado no complexo de dezesseis favelas. Durante a pandemia, já em março de 2020, a Redes lançou o Conexão Saúde, desdobrado em boletins com informações sobre o novo coronavírus em podcasts — “De olho no covid” — e na criativa ideia de aproveitar jovens de bicicletas com megafones para reforçar a necessidade de cuidados e, eventualmente, chamar a equipe de socorro em

casos de urgência médica. O trabalho de base da Redes garantiu segurança alimentar a 17 mil famílias, testagem e isolamento dos contaminados, atendimento psicológico e de saúde em convênio com a Fiocruz, além da produção de relatórios para sistematizar todo esse aprendizado. O *Maré de Notícias* e os podcasts foram um importante canal de comunicação para também manter a rede de solidariedade e as doações, uma tentativa de ampliar o atendimento aos 150 mil moradores do complexo, no subúrbio do Rio.

Pouco disso chegou à grande mídia, mas fortaleceu o jornalismo comunitário, já reconhecido como meio para amplificar a voz das periferias e desconstruir as narrativas da branquitude no imaginário popular. O *Voz das Comunidades* também é uma referência com o seu jornalismo hiperlocal. Foi notícia no *New York Times*, ao dar show de cobertura nos dias tensos da intervenção militar no Morro do Alemão, em 2010. Rene, na época com 17 anos, relatava pelas redes sociais, em tempo real, a ação na comunidade, num marcante contraste com a dificuldade dos repórteres da grande mídia para ter acesso às informações.

Ao contrário das empresas jornalísticas tradicionais, o *Voz das Comunidades* está em crescimento contínuo: fez a transição para o digital, mas mantém a versão mensal em papel, porque a conexão na área nem sempre é boa. O jornal on-line é replicado em dez outras favelas, onde trabalham trinta correspondentes e duzentos voluntários. Em plena pandemia, lançou um aplicativo, desenvolvido numa parceria proposta pelo Consulado americano, interessado, como Rene, em combater as *fake news*. Ele aproveitou o aumento das doações para dobrar a equipe, porque percebeu o importante papel a ser desempenhado pelo jornal: manter atualizado o número de infectados e de mortos nas várias comunidades. Paralelamente, Rene montou um gabinete de crise para distribuir alimentos aos que perderam renda e também não deixar faltar álcool gel, sabonete líquido e material de proteção para os moradores, as Unidades de Pronto Atendimento (UPAs) e os hospitais da região.

E, como alegria e esperança são bens de primeira necessida-

de, junto com os serviços de utilidade pública o jornal continuou cobrindo os sucessos de jovens e menos jovens na rubrica “Perfil dos favelados”. No mesmo dia em que os 89 anos do Cristo Redentor eram celebrados no alto do Pão de Açúcar, uma transmissão ao vivo mostrava a inauguração de um Cristo em neon em cima de um contêiner, no alto da Vila Cruzeiro, já com a placa de reconhecimento da prefeitura de que ali nascia mais um ponto turístico do Rio. “Nós mostramos o lado positivo das favelas, os projetos, os talentos, a potência que são esses territórios. E falamos dos problemas sociais que vivemos de uma perspectiva humanista”, diz Rene.

Rene é um empreendedor social, com visão de negócios. Seu jornal é financiado pela publicidade vinda dos comerciantes locais e de uma lista de empresas equivalente à dos grandes grupos de mídia: Tim, Nextel, Coca-Cola, Sebrae, além de uma dotação anual em dólar do Twitter. Na redação, só cinco jornalistas são assalariados e, entre eles, não está Rene, uma bem remunerada estrela no circuito de palestras e um ex-consultor em novelas e programas da Rede Globo.

Os jornais comunitários fazem diferença e estão em expansão. Salvador tem o *NordesteuSou*; São Paulo tem o *Vozes da Periferia*; e Brasília, o *Diário de Ceilândia*. Nos muitos momentos de crise vividos nas favelas por conta da violência, falta de serviços básicos e pobreza, os jornalistas comunitários têm meios de se contrapor à versão oficial, com uma narrativa própria e distribuída por seus canais de comunicação. “Por causa da tecnologia, a gente tem um acesso mais rápido e consegue mostrar um outro lado da versão oficial”, afirma Eliana, referindo-se à polícia e às grandes mídias.

Numa dessas aterrorizantes operações policiais em que morreram crianças na escola, as cenas gravadas pela Redes da Maré foram as imagens mostradas no *Jornal Nacional*. Lá estava a escola pública cheia de buracos deixados pelos tiros disparados de helicópteros em horário de aula. Eram os representantes da comunidade que narravam, sem filtros, a sua própria história. O *Voz das Comunidades* manteve durante um ano e meio uma parceria com a TV Globo: as reportagens produzidas por eles eram reproduzi-

das no *RJ TV1*. Não tinham contrato nem eram pagos por isso; os repórteres recebiam só os salários do *Voz*, mas a televisão também não detinha exclusividade — mostrava material já divulgado nas redes sociais e no portal.

“Não conseguimos passar nosso conteúdo como agência de notícias, sendo pagos pelo trabalho feito em parceria com emissoras. Mas foi interessante”, avalia Rene. Ele sabe do poder de gritar e, imediatamente, sua voz estar em todos os meios, “no *Globo*, no *Extra*, na coluna do Ancelmo [Gois]”, enumera. Os seus planos são grandiosos e factíveis: ter mais de cem pessoas Brasil afora com um kit de reportagem — celular com câmera e um computador —, fazendo uma revolução no jornalismo comunitário.

### *Jornalismo e arte nas periferias*

Énois é também uma startup digital e talvez seja a única escola voltada para a formação de jovens jornalistas negros das periferias. Existe há onze anos, lançou um curso on-line quando ainda não se falava nisso e, com esse programa de um ano, formou 4 mil estudantes. Dos cursos presenciais, saíram mais de mil jovens com trajetórias completamente diferentes daquelas percorridas pelos profissionais das redações dos grupos de comunicação tradicionais. A cada ano, a startup seleciona dez alunos para um período de formação mais intenso e, como num estágio, eles entregam três projetos jornalísticos a serem acompanhados pela equipe da escola e publicados em veículos parceiros da grande mídia.

Daí surgiu uma agência. Reportagens remuneradas e assinadas por eles foram veiculadas pela BBC, publicadas no *Guardian*, no *Intercept*, no UOL. Pautas que jamais seriam pensadas pelos repórteres e editores habituais das televisões ou dos jornais e que, ao serem editadas, conseguem engajamento acima da média — em número de *likes*, comentários e leitores. Um exemplo? “Arquitetos das quebradas usam criatividade para construir na periferia”, matéria publicada no UOL a partir da pauta de uma repórter cujo

avô era pedreiro. Com ele, a neta aprendeu e contou como pessoas sem nenhum estudo desenvolvem projetos nas comunidades, construindo casas umas coladas nas outras, em que é exigido um saber para botar a janela num lugar exato para permitir a entrada de luz. A reportagem narrava ainda o trabalho junto com os vizinhos, chamados para “bater a laje” da casa.

Muito antes do assassinato de nove pessoas pela polícia em Paraisópolis, a pauta foi uma reportagem sobre como os “pancadões” impactavam a vida econômica nesse lugar. Era como se fosse um Carnaval por semana — mostrou a matéria —, e um comerciante contou como tirava dessas festas o sustento de uma família de dez pessoas. Mais uma? Os desertos de internet de São Paulo, reportagem que mudou a percepção segundo a qual a ausência de rede era coisa de lugares geograficamente distantes. A periferia não tem acesso à banda larga também porque não tem estrutura de cabeamento, pois não interessa às operadoras gastar com infraestrutura, se sai mais barato oferecer o 3G. Só que esse é um serviço limitado e, por conta disso, empreendedores locais começaram a tirar licença na Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações) para construir seus próprios sistemas. A reportagem fala desse lugar do empreendedor, de personagens que jamais entraram na pauta ou nas telas da grande mídia.

Por que isso é importante? Porque muda a visão estereotipada das favelas, leva diversidade para as redações, abrindo-as para informar sobre lugares tão perto e tão longe da vivência dos jornalistas, formados nas universidades de elite, morando quase sempre nos mesmos bairros da cidade. É simples assim e faz a maior diferença.

Nesses territórios tem criação, pensamento, economia e inovação. Por toda parte há MCs, grupos fazendo hip-hop, saraus, teatro em casa, filme, dança, rap, cinema, slam, circo, moda, bibliotecas, pré-vestibular e produção do saber. “Por que o lançamento de um livro na Saraiva ou na Travessa é mais importante do que no Alemão?”, pergunta Rene, referindo-se a duas livrarias da cidade que costumam reunir, em seus lançamentos, diversos



representantes da *intelligentsia* carioca. “Há seis ou sete anos contribuo com SBT, Globo, Record, Band. Mantenho com eles uma contribuição genuína e crítica, eu e outros comunicadores da favela tentamos desconstruir a visão da grande mídia”, reforça.

“Representatividade negra e antirracismo são as palavras da vez aqui na terra onde supostamente não existe racismo”, escreve com ironia Jairo Malta na coluna “Sons da Perifa”, na *Folha de S.Paulo*. Dois mil e vinte foi mesmo o ano em que artistas, escritores e pensadores negros tiveram maior visibilidade em filmes, propaganda, livrarias, museus, *lives* e, conseqüentemente, também na mídia. O artista carioca Maxwell Alexandre, por exemplo, foi sucesso de público e crítica com sua exposição *Pardo é papel* no Museu de Arte do Rio (MAR), com narrativas construídas a partir das cenas da vivência dele na cidade e na Rocinha, favela onde nasceu, mora e tem ateliê. Já tinha exposto suas obras na França, mas foi a primeira vez no Brasil.

O ano de 2020 foi também definido por editoras como o do “letramento antirracista”, e as páginas e telas dedicadas à cultura foram povoadas por escritores da periferia, como José Falero, que pinta um retrato sem fantasias do território onde habita no romance *Os supridores*. E houve o relançamento de autores clássicos da negritude, como o psicanalista martiniquense Frantz Fanon, autor de *Pele negra, máscaras brancas*; ou o celebrado americano James Baldwin; a feminista Audre Lorde; e a brasileiríssima Lélia Gonzalez, esparsamente editada, mas inspiração para o movimento negro e citada por Angela Davis em palestras no Brasil.<sup>20</sup> Revelados um pouco antes pela Flup, a Festa Literária das Periferias, alguns escritores criados nas comunidades já ocupam permanentemente colunas no *Globo*, como Geovani Martins, autor de *O sol na cabeça*.

O filme mais cultuado de 2020 foi o documentário *Emicida: AmarElo — É tudo para ontem*, do rapper Emicida, em que reconta a história do Brasil com os negros como protagonistas. E foi na reinterpretação dele que “Sujeito de sorte”, de Belchior, tornou-se o Hino da Virada para 2021, segundo *O Globo*. “Ano passado eu mor-

ri, mas esse ano não morro”, diz o refrão. Sampleada por Emicida na faixa-título, *AmarElo* ganhou o Grammy Latino 2020 de Melhor Disco de Rock ou Música Alternativa em Língua Portuguesa.

Luiza Duarte, curadora e crítica de arte, do grupo de trabalho que visa criar um memorial em homenagem aos mortos pela violência na Maré, aponta um impasse na luta por mais pluralidade. “Enquanto estas pautas da diversidade estiverem capturadas de maneira dócil pelo mercado, talvez essas lutas fundamentais por representatividade, por maior igualdade entre gêneros, por mais espaços para negros e LGBTs não consigam transformar a estrutura de uma sociedade extremamente desigual. Mexer na pobreza e na desigualdade é o coração da transformação da sociedade, porque aí vêm junto os negros, os brancos, os gays”, diz.

O jornalismo reflete esse dilema ao abordar a diversidade. Há muito a melhorar.

### *Tão longe, tão perto*

“A oralidade é uma linguagem que toca e se conecta com o nosso coração Awaete.” Foi por isso que o pajé Timei escolheu o podcast como nova forma de narrar, através da cosmovisão da etnia Awaete-Asurini, do Xingu, no Pará, o atual momento do mundo. Impactado pela destruição causada no meio ambiente pela construção da hidrelétrica Belo Monte<sup>21</sup> e pelos imensos desmatamentos na floresta, o pajé conta, num podcast bilíngue, em cinco episódios, a história do povo Asurini e os desafios presentes e futuros de sua construção social.

A Amazônia foi destaque em todas as mídias internacionais em 2019 e 2020, mas ninguém provavelmente conseguiu reportar de forma mais precisa o estado desse mundo como o pajé, entrevistado pela Amazônia Real — agência de notícias com reportagens investigativas sobre os nove estados da Amazônia Legal.<sup>22</sup> É o hiperlocal revitalizando o jornalismo regional, depois que as mídias de legado foram obrigadas a fechar os escritórios na região por causa da crise.

Não por acaso, foi por procurarem uma voz mais comprometida com a história a ser contada que os grandes grupos internacionais de mídia entregaram a jornalistas e cientistas brasileiros algumas das coberturas especiais na Amazônia, confiando no olhar nativo para narrar fatos de impacto universal. O *New York Times*, por exemplo, acoplou brasileiros ao correspondente deles no Brasil para dar cor amazônica às reportagens. Publicou material superespecial assinado por Bruno Carvalho, professor em Harvard especializado em urbanismo, e Carlos Nobre, um dos mais reconhecidos climatologistas. Eles foram didáticos: “Algumas pessoas podem pensar que a floresta é um lugar distante e desconectado do cotidiano urbano. Mas na floresta amazônica residem milhões de pessoas em cidades e assentamentos de enorme variedade. Muitas lidam com condições precárias e são tratadas como fonte de mão de obra barata. A floresta é às vezes destruída em nome delas, com a justificativa do desenvolvimento econômico. No Brasil, o desmatamento quebra recordes. Se continuarmos destruindo a floresta, podemos aguardar consequências tenebrosas — e não só para a região, mas para o planeta.”<sup>23</sup>

É enorme assim, sabemos. A floresta amazônica é nosso maior patrimônio natural, ocupa 49% do território brasileiro,<sup>24</sup> mas, no cotidiano, a floresta, os povos indígenas e os quilombolas ficam semiesquecidos. A crise da indústria obrigou a mídia brasileira a fechar as sucursais pelo país e, em 2016, a *Folha* foi o último veículo a acabar com o escritório no Amazonas. *Globo*, *Estadão* e *Veja* já tinham encerrado anteriormente as operações locais. O orçamento apertado também tem impedido as empresas de pagar longos voos, alugar carros e barcos para mandar repórteres a territórios remotos e de difícil acesso. A mesma estratégia de corte de gastos foi usada em quase todos os estados. As sucursais só permanecem abertas em São Paulo, no Rio e no centro do poder, Brasília. Hoje só o G1, site criado em 2006, e a TV Globo mantêm cobertura nacional: o site compartilha 53 redações com as televisões locais; a rede tem cinco emissoras e 115 afiliadas no país.

A extensa rede faz os brasileiros partilharem, do Oiapoque ao

Chuí, memórias deixadas por novelas, humorísticos e séries popularizados pela televisão e vistos, em média, por 44,8 milhões de espectadores. Mas, salvo em momentos de crise, o dia a dia nos estados pouco entra no *Jornal Nacional*; é do Sul/Sudeste, com extensão em Brasília, que o Brasil hoje é coberto pela mídia — ou ignorado, na maior parte das vezes. No domingo 7 de novembro de 2020, enquanto os jornalistas do mundo estavam obcecados com as eleições presidenciais americanas, a editora Kátia Brasil, cofundadora da Amazônia Real, adiava a entrevista comigo porque o apagão no Amapá piorara. “Tem protestos em uma cidade quilombola a cem quilômetros de Macapá e a polícia foi para lá com armamentos pesados. A polícia está atirando com balas de borracha contra os manifestantes. Hoje é o sexto dia que as pessoas estão sem luz, sem água e sem comida”, contou.

Naquele dia, a tensão dela contrastava com a indiferença do resto do Brasil. Os outros jornais entraram na história com três dias de atraso. O *Estadão* e a *Folha* mandaram repórteres, e o *Estadão* viu Macapá como uma “zona de guerra”. Se fosse no “Sul Maravilha”, viraria uma comoção nacional, mas, para o “periférico” Amapá, as autoridades não se apressaram a dar explicações, mesmo as não convincentes. Foi desleixo na manutenção do sistema de energia e a falta de cuidado marcou toda a resposta à crise.

São infinitas as pautas nesses territórios desconhecidos para a maioria dos brasileiros, onde crimes vêm sendo cometidos há séculos. Toda a mídia publica matérias frequentes sobre as ameaças à floresta e aos povos indígenas, mas a maioria obtém informações em Brasília, divulgadas por fontes oficiais ou movimentos sociais e ONGs. Ou seja, de longe e de vez em quando. A mídia tradicional só chega lá nos grandes incêndios, num conflito de terra grave, nos recordes de desmatamento, num ritual chamado por Kátia de “cobertura sazonal”.

O Amazônia Real, criado em 2013 por Kátia e Elaíze Farias, foca os povos indígenas e ribeirinhos, as mulheres, os imigrantes e os quilombolas, populações que, com razão, elas consideram invisíveis para o Brasil. A agência mantém uma rede de jornalistas

em oito dos nove estados da Amazônia Legal, todos morando nos lugares de onde mandam matérias. Da equipe fazem parte ainda doze colunistas, além de fotógrafos e editores, num total de quarenta pessoas. “A nossa ideia sempre foi suprir a falta de acesso à mídia de parte da população local e falar da Amazônia, dos seus povos e saberes”, conta Kátia.

Os anos Bolsonaro começaram na região com dois eventos simbólicos: no dia seguinte à posse do novo presidente, uma aldeia Guarani e Kaiowa foi atacada a tiros por seguranças particulares de fazendeiros na Reserva de Dourados (MS), ferindo diversos indígenas. A escola e o posto de saúde foram incendiados em um território dos Pankararu, em Pernambuco; várias equipes do Ibama foram atacadas, prédios queimaram e novos atentados aconteceram no Maranhão e em Rondônia. Dados do Conselho Indigenista Missionário<sup>25</sup> revelam que, em 2019, 110 indígenas foram assassinados no Brasil. E que 217 atos de violência foram registrados contra eles — mais que o dobro do que em 2018.

A biografia de Bolsonaro já anunciava tempos macabros: quando ainda era um deputado inexpressivo, em 1999 ele lamentou a Cavalaria brasileira não ter sido tão eficiente quanto a americana no extermínio dos indígenas. Ao virar presidente, prometeu que não demarcaria nem um centímetro de terras para reservas e ameaçou: “Índio não pode ficar nas suas terras como um ser pré-histórico.” O território não demarcado fica, claro, mais vulnerável à ação de qualquer pessoa. A consequência foi o aumento de desmatamento, invasões, grilagens de terra. Tudo isso funcionou como uma licença para invadir, desmatar, matar. E hoje os indígenas estão muito ameaçados — para eles está perigoso até andar nas estradas.

Todas essas informações viraram reportagens em que os indígenas são os personagens e suas falas são reproduzidas em textos compridos, para que suas histórias sejam de fato narradas por eles. Estão no site da Amazônia Real, vencedora, em 2019, do Prêmio Rey de España, como meio de comunicação de maior destaque da Ibero-América.<sup>26</sup> O site tem um trabalho longo e minucioso, em que ganhar a confiança dos indígenas é fundamental: o medo de

jornalistas foi criado por anos de preconceito e falta de informação da mídia sobre esses povos. Agora repórteres só chegam às aldeias convidados por suas lideranças; é preciso saber se a conversa reflete a opinião de toda a comunidade e, às vezes, convencê-los da importância de abordar temas dolorosos, como a morte por covid-19. No princípio estavam extremamente reticentes. Só começaram a falar sob o argumento de que o silêncio significaria apagar a trajetória de seus povos, como aconteceu durante a gripe espanhola, cuja história só se refere, genericamente, a “índios dizimados”. “E eles estão contando as histórias de seus mortos, já nos enviam até fotografias”, relata Kátia.

A chegada da pandemia de covid-19 às aldeias foi mais uma consequência do desleixo do poder público para com esses povos, infectados pelo pessoal da saúde. No Xingu, os próprios indígenas bloquearam o acesso às suas terras e organizaram a sua quarentena. A sociedade civil e ONGs como o Greenpeace montaram redes de solidariedade para levar ajuda ao interior da Amazônia. Em determinado momento de abril de 2020, o sistema funerário entrou em colapso na região e não havia caixão nem cova para enterrar os mortos por covid. As jornalistas então tiveram de entrar em ação e apoiar os indígenas, ligando para funerárias, tirando atestados de óbito e laudos, pagando cartão de telefone para eles terem internet no celular. “Se isso é ativismo, vou continuar assim, não tem nada melhor para defender a causa de um cidadão do que o jornalismo”, diz Kátia, respondendo à desconsideração frequente da grande mídia com o trabalho de startups como a dela, etiquetando-as pejorativamente de “ativistas”.

Oito meses depois do início da pandemia, *O Globo* cobrou em editorial que o governo cumprisse a ordem do STF de proteger os indígenas da contaminação do novo coronavírus. No caso deles, “isso significa adotar medidas de segurança sanitária e alimentar, acrescidas da guarda dos povos isolados e de recente contato, que vivem sob constante ameaça de invasores de terras, grileiros, madeireiros e garimpeiros. O governo não tem plano decente até hoje. É inadmissível”, advertiu.<sup>27</sup>

Enquanto um colunista da *Amazônia Real*, com 100 mil usuários mensais, detalhava a relação entre o desmatamento e o preço das *commodities*, uma turnê pela floresta com embaixadores de dez países, organizada pelo vice-presidente, Hamilton Mourão, tinha a intenção de demonstrar como eram falsas as notícias sobre o desmatamento. Sobrevoou três estados, evitou as áreas desmatadas ou queimadas e não permitiu contato dos diplomatas com os movimentos sociais da região. Não convenceu: ainda há os que não vivem no mundo pós-verdade, entre eles o embaixador da Alemanha, Heiko Thoms, que agradeceu o passeio mas criticou a ausência de um plano de ação contra desmatamentos e queimadas, com medidas concretas e metas, noticiou a *CartaCapital*. A operação de marketing foi desmascarada pelo *El País*, o Greenpeace reagiu e o assunto virou tema do *Em Pauta*. À espera de seriedade no trato da floresta, os 3 bilhões de dólares do Fundo Amazônia, doados por Alemanha e Noruega, continuam bloqueados desde o início do governo Bolsonaro.

A escritora e repórter especial do *El País* Eliane Brum, com um histórico de matérias fundamentais sobre a ecologia da região e os povos indígenas, sintetiza em um parágrafo o que o governo Bolsonaro não consegue aprender há dois anos: “Grande parte das forças progressistas do planeta já compreenderam que a batalha pela Amazônia é a grande batalha deste momento — e não apenas no sentido dos limites geográficos da floresta que regula o clima, mas no sentido de amazonizar o pensamento para a criação de uma sociedade humana capaz de viver sem destruir nem a casa onde vive nem as espécies com quem divide a casa.”<sup>28</sup>

### *Parcerias, parcerias, parcerias*

Parcerias entre os grupos de comunicação tradicionais e as plataformas digitais é o que se imagina para o futuro de uma mídia com maior representatividade da sociedade. As grandes empresas entram com o holofote e a mídia independente com a diversidade

de vozes. “Acabou o tempo em que se dava a certas instituições um status especial para narrar o mundo, um privilégio acima dos relatos dos indivíduos vivendo nesse mundo.” Este é um recado do escritor e professor Chris Atton,<sup>29</sup> da Edinburgh Napier University, para as grandes mídias, se é que elas ainda não descobriram isso. A revolução tecnológica soltou as amarras da mídia às gráficas e da distribuição em mãos. Com isso, mudaram as fronteiras do jornalismo e houve um início de democratização dos meios de comunicação, cuja propriedade estava concentrada na mão de poucos grupos privados. O tsunami digital está longe de ter decretado uma sentença de morte à mídia de legado, mas esta pode ser a hora de abandonar velhos preconceitos. Parcerias longas com as startups digitais parecem importantes para aumentar a credibilidade do jornalismo tradicional e tentar falar com uma sociedade multicultural como a do Brasil.

“Em meio ao declínio da confiança nas instituições, aí incluída a mídia tradicional, as startups de jornalismo são uma arena para as minorias se fazerem ouvir, construir identidades e se unirem contra as experiências de preconceito e opressão”, diz Claudia Sarmiento em sua tese de doutorado. Diversidade de vozes é a palavra-chave. Ao agregarem as nativas digitais às coberturas, as mídias *mainstream* teriam mais representatividade, falariam com pessoas e em lugares que já não alcançam. Em contrapartida, a mídia tradicional daria mais visibilidade às startups e as faria destacar-se em meio ao vozerio do mundo digital.

Ao se ampliarem os canais de trocas, mudam-se também as formas de trabalho, que passam a ser em rede com as várias plataformas, cada uma delas voltada para questões específicas, trocando informação, produzindo juntas, fazendo jornalismo investigativo juntas. Ou vendendo serviço, não como as agências de notícias do passado e seus despachos telegráficos, mas com conteúdo produzido pelos atores sociais com lugar de fala, análise e intimidade com a história a ser contada. Ou usando formas a serem descobertas ao longo do rico processo de formação das parcerias. Não dá mais para pensar em mídias abarcando e processando to-

das as informações do mundo, sem o olhar local — na Amazônia, no Alemão ou num bairro londrino.

O local custa caro e não se improvisa. A redação do *New York Times* tem 1.600 jornalistas; as do *Globo*, da *Época* e do *Extra*, juntas, têm em torno de 451 profissionais e eles produzem para as versões em papel e digital, enviam posts para as redes e reciclam o material para cada uma das mídias. Foi-se o tempo em que os maiores grupos de comunicação mantinham sucursais nos estados do Brasil e em países estrangeiros. A crise no modelo de negócios ancorado, principalmente, na publicidade fez do corte de custos uma preocupação permanente. As sucursais regionais foram as primeiras a serem fechadas e, na sequência, os correspondentes nacionais e internacionais passaram por drástico corte, sendo mantidos só em lugares muito estratégicos. Na maioria dos casos, sobram os *freelancers*, acionados apenas para grandes coberturas, como a eleição americana. Pelo menos desde 2014, as redações das mídias tradicionais demitem anualmente dezenas de jornalistas, com frequência os de salários mais altos, e reduzem a remuneração dos colunistas, em geral contratados como empresas. A mesma política, com os mesmos critérios, ceifa as redações das televisões, que enfrentam agora a concorrência dos serviços de *streaming* e da recém-chegada CNN Brasil.

A maioria dos grupos de comunicação compra os serviços de jornais, como *New York Times* e *Washington Post*, isto é, tem licença para reproduzir reportagens e colunas nas mídias brasileiras, em certos casos com pagamento extra por um material especial — o *El País* fazia parte desse seletivo grupo até lançar uma plataforma em português e disputar aqui os leitores qualificados. São todos ótimos, mas falta o “olhar brasileiro”, repetindo aqui o mantra das redações em tempos mais pródigos. Pelo menos uma plataforma, a Red Line, liderada por jornalistas brasileiros, está sendo testada como agregadora de conteúdos produzidos por startups aqui e ao redor do mundo. Inovadora, tenta repetir o modelo de negócios do Mediapart, um influente nativo digital francês, com uma longa lista de “furos” que mexeram com a República e sustentado

apenas por seus 140 mil assinantes. O Red Line, no início de 2021, estava no ar em versão provisória.

Aqui, várias parcerias estão acontecendo. Por exemplo, a formada entre a Amazônia Real, o Colabora, a Ponte, o Portal Catarinas e a agência de conteúdo Eco Nordeste para, juntos, mapearem em todo o país dados e histórias de vida de mulheres vítimas de violência, evitando que sejam apenas um número. A cada quatro meses lançam uma edição de “Um vírus e duas guerras”, com gráficos, ensaios fotográficos e ilustrações para suavizar a memória da dor. Ou a parceria da grande mídia, unida no Consórcio de Veículos de Imprensa para apurar os números de casos e mortes por covid-19, assim que o agora ex-ministro general Eduardo Pazuello assumiu o Ministério da Saúde e uma de suas primeiras providências foi alterar o boletim estatístico dos óbitos da pandemia. Quando a vacinação começou, os veículos acompanharam a evolução da imunização dos brasileiros nos vários estados.

As parcerias, na verdade, já começaram há muito tempo, com o chamado “jornalismo cidadão”. Na Guerra do Iraque, em 2003, BBC e CNN usaram material sobre o cotidiano de Bagdá produzido por blogueiros da cidade para conseguirem se manter 24 horas no ar. No início, era um desafio constatar a veracidade das informações, mas as emissoras aprenderam e hoje, em qualquer acontecimento inesperado, recorrem aos moradores locais ou a eventuais testemunhas.

Cidadãos de diferentes classes sociais, ao adotarem novas tecnologias para contar histórias, são cada vez mais importantes para complementar ou se contrapor às narrativas oficiais ou oficiais-cas. Esse tipo de parceria já acontece com as plataformas de notícias das periferias, como o *Voz das Comunidades*, o Rocinha.org ou o Papo Reto, todos no Rio de Janeiro. Ou com ONGs como a Redes da Maré e seus canais de informação. Mas falta formalizar o vínculo. As startups, sem maiores dificuldades, já fazem isso, ao divulgar os conteúdos umas das outras e, agora, 38 delas estão associando os respectivos CNPJs para terem maior representatividade e resolverem problemas comuns.

A *Folha* é talvez a mais adiantada nesse tipo de colaboração: a primeira parceria foi feita há dez anos com a Agência Mural de Jornalismo das Periferias, hoje um blog sobre os bastidores do cotidiano desses territórios. Entre os “independentes” abrigados na *Folha*, muitos tratam de negritude e feminismo, mas entram sem periodicidade fixa na capa do site, no papel ou na *newsletter* diária com o melhor do dia.

Não dá mais para pensar que um punhado de jornalistas, a maioria morando nos mesmos bairros, tendo passado pelas mesmas universidades, frequentando os mesmos lugares, consiga relatar a vida nas periferias, onde, muitas vezes, nem é possível entrar, ou em comunidades ribeirinhas no interior do Amapá. O ritual tradicional de mandar um enviado especial hoje é pouco útil, diante das complexidades do mundo contemporâneo. É como se um habitante de Urano desembarcasse em Roraima para se informar sobre a vida no planeta Terra.

A polarização política acabou com a simpatia pelos jornalistas entre a população; a desconfiança e, às vezes, a animosidade são grandes. Há muitas razões para isso. Erramos muito, especialmente quando pretendemos falar em nome de todos e acabamos reproduzindo preconceitos. Uma oportunidade de recobrar a confiança parece estar se desenhando, é hora de repensar tudo, exatamente como esperamos que o país faça. Com o governo Bolsonaro e suas práticas autoritárias, com a destruição de políticas públicas que garantiam direitos aos mais vulneráveis, a mídia tem mesmo de aprofundar o papel de fiscalizar o governo, ficar do lado da democracia e dar voz aos mais frágeis e às suas lutas por direitos.

## NOTAS

1. Ben Smith, em entrevista ao Nieman Lab, antes de assumir como colunista do *New York Times*, em 1º de março de 2020.
2. Flavia Lima, “Redações brancas”, *piauí*, jul. 2020.
3. “Explosão feminista” é o título de um livro coordenado pela professora e escritora Heloisa Buarque de Hollanda, em que mulheres representantes dos vários femininos contam sobre os movimentos (*Explosão feminista: arte, cultura, política e universidade*, São Paulo: Companhia das Letras, 2018).
4. Chico Otavio e Vera Araújo, *Mataram Marielle: como o assassinato de Marielle Franco e Anderson Gomes escancarou o submundo do crime carioca* (Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020).
5. Gabinete do Ódio. É assim que integrantes do governo se referem ao grupo formado por três servidores ligados ao vereador do Rio de Janeiro Carlos Bolsonaro (PSC), o filho 02 do presidente. São eles: Tércio Arnaud Tomás, José Matheus Sales Gomes e Mateus Matos Gomes. Eles produzem relatórios diários com interpretações sobre a conjuntura brasileira e mundial e são responsáveis pelas redes sociais da Presidência da República. Há ainda um quarto membro do Gabinete do Ódio: Filipe Martins, assessor especial de Jair Bolsonaro em 2019 e chefe da Secretaria Especial de Comunicação Social (Secom) em 2021. Todos foram acusados, em depoimento na Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI) do Congresso, pela deputada federal e ex-bolsonarista Joice Hasselmann de produzirem notícias falsas.
6. Adriana Barsotti, *Uma história da primeira página* (Florianópolis: Insular, 2018). O Digital News Report é um relatório do Instituto Reuters que analisa, anualmente, o consumo de mídia em vários países.
7. Mídia Ninja é um coletivo jornalístico que teve grande impacto na cobertura dos protestos de 2013, ao fazer transmissões ao vivo e sem edição. Bruno Torturra é hoje diretor do Estúdio Fluxo e editor-chefe do programa *Greg News*.
8. Claudia Sarmento, *An Alternative Press? New forms of News Reporting in Brazil*, tese de doutorado defendida no King’s College em 2019.
9. O Brasil ocupa o quinto lugar no ranking mundial de feminicídio, segundo o Alto-Comissariado das Nações Unidas para os Direitos Humanos (ACNUDH). O país só perde para El Salvador, Colômbia, Guatemala e Rússia em número de casos de assassinato de mulheres. Em 2019, a Comissão Interamericana de Direitos Humanos constatou 1.314 feminicídios. Os casos aumentaram 1,2% de janeiro a março de 2020, de acordo com o Atlas da Violência do Fórum Brasileiro de Segurança Pública. Os dados sobre estupro também estão no Anuário do Fórum.

10. A Rede de Observatórios de Segurança reúne cinco organizações, de cinco estados (Bahia, Ceará, Pernambuco, Rio de Janeiro e São Paulo), cujo objetivo é acompanhar e difundir informações sobre segurança pública, violência e direitos humanos. A Rede é uma iniciativa de instituições acadêmicas e da sociedade civil desses estados.
11. As estatísticas sobre a violência e a prisão de negros são do Anuário do Fórum Brasileiro de Segurança Pública de 2019.
12. Eugênia Moreira foi a primeira mulher jornalista, informa o *Dicionário Mulheres do Brasil*, organizado por Schuma Schumacher e Érico Vital Brazil (Rio de Janeiro: Zahar, 2000). Era muito jovem quando publicou sua primeira matéria na *Última Hora*, jornal fundado em 1911 e fechado nesse mesmo ano.
13. Os dados do Instituto Update, com base nos resultados do TSE, mostram que em 2020 e 2016 a percentagem de mulheres eleitas prefeitas foi a mesma: 11,8%. Entre os homens e mulheres eleitos, um número maior deles se declarou preto e pardo em 2020: respectivamente 2,1% e 29,7%. Em 2016, eram, respectivamente, 1,7% e 27,4%. Entre as vereadoras, quando se olha o país todo, elas conquistaram 16% dos lugares do plenário; antes da eleição tinham 13,5% das cadeiras nas Assembleias Municipais. Os homens brancos perderam alguns lugares: de 57,1%, em 2018, passaram para 54%, em 2020. Os pretos e pardos eram 44,6% em 2020 (contra 42,1% em 2016).
14. O primeiro beijo gay em novela brasileira foi exibido pela TV Globo em 31 de janeiro de 2014, no final de *Amor à vida*, de Walcyr Carrasco, entre os personagens Niko (Thiago Fragoso) e Félix (Mateus Solano).
15. O debate “Jornalismo tem lado?” integrou a programação do *Fala!*, festival on-line sobre o futuro do jornalismo idealizado e organizado pelos coletivos Marco Zero Conteúdo (PE), Alma Preta (SP), Papo Reto (SP) e Ponte Jornalismo (SP) e realizado pelo Sesc em outubro de 2020.
16. A informação de que o Brasil é o nono no ranking da desigualdade foi divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em dezembro de 2020, com base em dados do Banco Mundial referentes a 2019.
17. É do governo do estado a informação de que existem 1.413 favelas no Rio de Janeiro: em 81% delas há grupos armados ligados ao tráfico e em 19% atuam milícias. A informação foi dada em outubro de 2020 à *Folha de S.Paulo*.
18. Human Rights Watch é uma ONG com sede em Nova York e representações ao redor do mundo, incluindo São Paulo. Há trinta anos faz relatórios anuais sobre os direitos humanos. O de 2020, divulgado em janeiro de 2021, tinha setecentas páginas.
19. UPPs: projeto que tentou instituir polícias comunitárias nas favelas cariocas a partir de 2008.
20. Os autores negros citados e relançados em 2020 já morreram: Frantz Fanon, em 1961; James Baldwin, em 1987; Audre Lorde, em 1992; e Lélia Gonzalez, em 1994.
21. A hidrelétrica de Belo Monte foi construída no Médio Xingu, região que abriga uma das mais ricas biodiversidades da Amazônia. Em coluna no *El País* intitulada “Como uma empresa pode controlar a vida e a morte?” e publicada em 10 de dezembro de 2020, a jornalista e escritora Eliane Brum descreve o “ecocídio” cometido na região. Um trecho do seu texto: “Dentro desse pequeno grande mundo atingido por Belo Monte, há um microuniverso que é ainda mais brutalmente atingido, conhecido como Volta Grande do Xingu. Com extensão de 130 quilômetros de uma beleza acachapante, a Volta Grande é morada de dois povos indígenas, os Yudjá e os Arara, e de vários grupos ribeirinhos, considerados população tradicional da floresta, além de camponeses agroecológicos e pescadores. Também é fortemente atingido o rio Bacajá, afluente do Xingu, do qual depende a vida do povo Xikrin. Em uma década, o universo desses milhares de pessoas entrou em colapso provocado por Belo Monte. [...] O Ministério Público Federal, que já moveu 24 ações pelas violações cometidas na implantação de Belo Monte, chama os acontecimentos ocorridos na Volta Grande de ‘ecocídio’. O conceito contempla o extermínio de um ecossistema ou bioma com todas as espécies que o constituem e busca a responsabilização dos agentes de destruição — pessoas, empresas, corporações, governos.”
22. A Amazônia Legal é composta por 772 municípios nos seguintes estados: Acre (22 municípios); Amapá (16); Amazonas (62); Mato Grosso (141); Pará (144); Rondônia (52); Roraima (15); Tocantins (139); e parte do Maranhão (181, dos quais 21 foram parcialmente integrados).
23. Bruno Carvalho e Carlos Nobre, “Amazon 4.0 — How to Reinvent the Rainforest”, *The New York Times*, 2 out. 2020.
24. A floresta amazônica cobre 49% do território brasileiro, segundo o Serviço Florestal Brasileiro, com base em dados do IBGE de 2018.
25. O Conselho Indigenista Missionário (Cimi) é um órgão criado na década de 1970 pela Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) com a função de defender a diversidade cultural dos indígenas.
26. O Prêmio Rey de España, promovido pela Agência EFE e pela Agência Espanhola de Cooperação Internacional para o Desenvolvimento, é a mais importante premiação de jornalismo nas línguas portuguesa e espanhola.
27. O editorial do *Globo* foi publicado em outubro de 2020, depois de o governo ter entregado dois planos com medidas para proteger os indígenas da covid-19, ambos considerados insuficientes pelo STF. O terceiro plano, entregue em 16 de março de 2021 — um ano após o início da pandemia

—, foi parcialmente homologado pelo ministro Luís Roberto Barroso, que deu prazo para o Ministério da Justiça e a Polícia Federal apresentarem um novo plano de isolamento dos invasores nas terras indígenas.

28. Eliane Brum, “Como uma empresa pode controlar a vida e a morte?”, *El País*, 10 dez. 2020.
29. O professor é citado por Claudia Sarmiento, op. cit.

# JORNALISMO: ÉTICA E RESPONSABILIDADE

*Merval Pereira*