

Mapa da Mídia Negra Brasileira (MMNB) versão piloto 2024: a mídia negra enquanto estratégia de resistência cultural da Amefricanidade¹

Valmir Teixeira de ARAÚJO²

Dione Oliveira MOURA³

Universidade de Brasília, Brasília, DF

RESUMO

O trabalho apresenta resultados da primeira etapa da pesquisa Mapa da Mídia Negra Brasileira (MMNB), desenvolvida como resultado do Projeto Cartas para o Amanhã, da Faculdade de Comunicação (FAC) da Universidade de Brasília (UnB) e relaciona com as características de resistência, defendidas por Gonzalez (1988). A partir de uma contextualização conceitual da mídia negra, desenvolvemos uma análise de conteúdo para avançar com as análises da versão piloto 2024 do MMNB. Nessa versão piloto do projeto, observamos, sobretudo, informações sobre o ano de criação, localidade e identificação do gênero dos/das criadores/as das mídias (para fins de registrar a presença de mulheres negras comunicadoras). As considerações iniciais nos permitem ressaltar informações da versão piloto do MMNB, identificando, a partir da Análise de Conteúdo (AC) dos títulos das mídias negras (portais, blogs, podcasts) e do texto descritivo de tais mídias indícios que nos permitem apontar a mídia negra enquanto estratégia de resistência cultural da Amefricanidade (GONZALEZ, 1988).

PALAVRAS-CHAVE: Mídia Negra; Comunicação Antirracista, Amefricanidade; Mapeamento; Cartas para o Amanhã

INTRODUÇÃO

A partir das observações sobre a multiplicação de experiências de canais de comunicação comprometidos com a luta antirracista, no ambiente digital e da necessidade de explorar melhor a contribuição dessas mídias. Em estudos anteriores (Moura, Figueiredo, Nunes, 2014), levantamos a hipótese de que as redes sociais reduziriam o esquecimento e invisibilidade das comunidades negra, indígena e outras populações minorizadas. Nessa última década, desde essa publicação de 2014, temos desdobrado estudos em busca de compreender se, de fato, as mídias sociais representam um espaço de redução do esquecimento coletivo e se as mulheres comunicadoras negras têm ocupado um papel específico nesse processo (Moura e Costa, 2018; Moura, 2019), assim como nos estudos sobre a imprensa negra (Teixeira, 2021). Nesse sentido, o presente subprojeto

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação Antirracista e Pensamento Afrodiaspórico do XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor do curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (FAC-UnB) e Vice-Coordenador do subprojeto de pesquisa Mapa da Mídia Negra Brasileira (MMNB). e-mail: valmircomunica@gmail.com

³ Professora Titular da FAC-UnB. Coordenadora do Projeto Cartas para o Amanhã e Coordenadora do subprojeto de pesquisa .Mapa da Mídia Negra Brasileira (MMNB). Bolsista PQ2 do CNPq. E-mail: dioneoliveiramoura@gmail.com

MMNB soma na investigação e é um resultado construído coletivamente com professores e estudantes de graduação que integram o projeto *Cartas para o Amanhã* da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (FAC-UnB), vinculado a pesquisa integrada da autora Dione Moura junto ao CNPq¹⁵.

No semestre 1/2024, demos início à construção do Mapa da Mídia Negra Brasileira (MMNB) e apresentamos, no presente trabalho, parte dos resultados desse mapeamento que tem como foco principal a análise da localidade, ano de criação, seguimento e gênero dos proponentes dos canais que foram levantados aqui. Foi possível identificar uma predominância de veículos no Sudeste, em especial no estado de São Paulo, na década de 2010, como a que marca a expansão desses canais e o predomínio de mulheres apresentadas enquanto criadoras das mídias. O relatório desta etapa também foi apresentado, com outro recorte, no Intercom Centro-Oeste 2024 por meio do paper *Mapa da Mídia Negra Brasileira: relato da primeira etapa da pesquisa* (Bontempo et al., 2024). Em desdobramento a esse relato apresentado no GT Comunicação Antirracista e Pensamento Negro do Intercom Centro-Oeste 2024, abordamos neste texto a discussão sobre as características de resistência, defendida por González (1988) e as palavras utilizadas pela mídia negra para seus respectivos nomes e a autodescrição, que consta na maior parte dos veículos de comunicação que nossa equipe de pesquisa catalogou na versão piloto 2024 do MMNB⁴.

A partir de uma contextualização conceitual sobre resistência negra, partimos para o processamento dos dados sobre as palavras recorrentes nos nomes dos veículos e no texto descritivo pela MMNB. A lista de palavras foi gerada com o suporte do software *Atlas.ti* - enquanto ferramenta de facilitação e apreciação para análise de conteúdo (WALTER & BACH, 2014). Em sequência, criamos inferências sobre os dados, a partir dos conceitos teóricos, como destaca Bardin (2016), e construímos de categorias por meio da Análise de Conteúdo (AC) para qualificar as observações.

AMEFRICANIDADE MANIFESTA ENQUANTO RESISTÊNCIA CULTURAL

⁴ A versão piloto do Mapa da Mídia Negra Brasileira é uma etapa intermediária do levantamento da mídia negra brasileira, com a coordenação da profa titular Dione Moura e a vice-coordenação do prof. Dr. Valmir Araújo. A versão piloto foi desenvolvida no contexto do subprojeto *Cartas para o Amanhã* apresentada na Intercom Centro-Oeste (Bontempo et al., 2024) e agora apresentada, por meio do presente artigo no Congresso Nacional da Intercom 2024. A versão piloto 2024 do MMNB é, portanto, um manuscrito inédito até o momento dessas duas exposições no Intercom Centro-Oeste e Intercom Nacional 2024. A equipe de pesquisa pretende finalizar o Mapa para futura publicação e amplo acesso.

Nos fins dos anos 80 do século XX, no texto fundador “A categoria político cultural de Amefricanidade”, Lélia Gonzalez (1988) nos brindou com a proposição do conceito de Amefricanidade. A Amefricanidade, defendeu Lélia, esteve presente desde os tempos remotos da experiência do povo negro escravizado na América :

Já na época escravista, ela se manifestava nas revoltas, na elaboração de estratégias de resistência cultural, no desenvolvimento de formas alternativas de organização social livre, cuja expressão se encontra nos quilombos, cimarrones, cumbes, palenques, marronages e maroon societies, espaiadas pleas mais diferentes paragens de todo continente (Larkin Nascimento, 1981)(...). Reconhecê-la [à Armefricanidade] é, em última instância, reconhecer um gigantesco trabalho de dinâmica cultural que não nos leva para o lado do Atlântico, mas que nos traz de lá e nos transforma no que somos hoje: americanos” (GONZALEZ, 1988, p.79).

No processo que temos feito de examinar a Mídia Negra, trazemos apontamentos de que os coletivos de mulheres negras amefricanas, também no campo da comunicação (MOURA, 2024), são coletivos (mídias, blogs, podcasts, campanhas publicitárias) que atuam enquanto estratégia de resistência cultural, e, portanto, enquanto um fenômeno da categoria político-cultural da amefricanidade (GONZALEZ, 1988).

MAPEAMENTO DA MÍDIA NEGRA BRASILEIRA - VERSÃO PILOTO 2024

Na versão piloto 2024 do MMNB, nossa equipe de pesquisa coletou 13 indicadores acerca de cada um dos 82 canais catalogamos (nome da empresa, segmento de atuação, data de sua última publicação ou atualização, nome de seus fundadores, mídias sociais, formas de contato, links principais de consulta e abertura, a existência de podcast relativo e o texto auto descritivo do veículo). Além destes dados, o Mapa define três importantes categorias já destacadas em Bomtempo et al. (2024), como localidade do veículo (Estado e Região), a data de fundação, e o gênero dos fundadores.

O MMNB, na sua versão piloto 2024, já nos permitiu observar a predominância de veículos atuantes nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Bahia, sendo a região Sudeste a mais recorrente. Também destaca a década de 2010 como uma expansão relevante da mídia negra no país, com oito novos veículos apenas no ano de 2015, o qual configurou-se como pico de novas empresas no mapeamento. Por fim, a questão de gênero consolida sua importância, ao passo que o MMNB versão piloto 2024 revela que 39,5% dos fundadores dos veículos são mulheres. Assim, avançam para a análise das palavras nos títulos e na autodescrição dos canais.

Também observamos as palavras a partir da audiodescrição da Mídia Negra e a partir de categorias criadas - vide Figura 1-, na qual permanece o destaque para identidade étnico-racial (128 palavras), com destaque para recorrente para “Preta” (40 vezes), conforme imagem abaixo. Porém, para essa análise foi preciso criar uma categoria sobre o papel social da mídia, com 173 aparições e destaque “Cultura” (28 vezes) e “Pessoas” (28 vezes). Outras categorias criadas foram: perfil de comunicação foram 125 palavras, com destaque para “Agência” (11 vezes) e “Audiovisual” (10 vezes). Por fim, a categoria Identidade, com “Mulheres” (21 vezes) - uma das mais citadas na análise ⁶.

A categorização dessas palavras nos permite observar que para além da reconhecida de identidade étnico-racial, que como já destacamos dialoga para o que Gonzalez (1998) compreende como estratégias de resistência cultural, temos ainda este ressalto (maior) para com o papel social da mídia. Neste caso, os termos apontam também para o conceito de amefricanidade, uma vez que é destacado essa dinâmica cultural de transformação, que Gonzalez (1998, p.79) reafirma. Além disso, é preciso destacar o gênero feminino, presentes na recorrência da palavra “Mulheres”, mas também em outros termos identificados como a categoria identidade racial, como “Negra” e “Negras”, o que dialoga com o protagonismo feminismo na temática racial.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As observações que identificamos sobre o MMNB, em sua versão piloto 2024, permite-nos apontar a presença forte de palavras que a identidade racial, presente nos títulos e no texto de audiodescrição, bem no que diz respeito ao papel social da mídia, presente especificamente nas descrições oferecidas pela própria mídia negra. Ao analisarmos esses conteúdos, acabamos focando na apresentação da mídia negra brasileira e construindo considerações sobre o processo comunicacional importante e relacionado com o as características de resistência defendidas por Gonzalez (1998).

As análises construídas até aqui com a versão piloto 2024 do MMNB permite-nos relacionar a Mídia Negra Brasileira com a comunicação antirracista e a comunicação

⁶ Palavras recorrentes no texto autodescritivo: Negra - 40; Negras - 35; Comunicação - 34; Cultura - 28; Pessoas - 27; Mulheres - 2; População - 2; Social - 20; Espaço - 17; Organização - 16; Produção - 16; Mundo - 15; Mídias - 15; Negro - 15; Brasileira - 14; Podcast - 13; Preta - 13; Racial - 13; Negro - 12; Racismo - 12; Agência - 11; Sociedade - 11; Audiovisual - 10; Conteúdo - 10; Diversos - 10; País - 10; Sociais

institucional, comercial e no jornalismo a fim de alcançar a opinião pública, contribuiu com a qualificação da discussão racial em um país marcado pelo racismo e suas mazelas, com um Estado que o institucionalizou pelas forças policiais, judiciário e acesso à educação de qualidade. No entanto, a continuidade desses estudos nos permitirá novas e aprofundadas análises, que inclusive poderão amealhar mais características da Mídia Negra como estratégia de resistência cultural na dimensão da Amefricanidade proposta por Gonzalez (1988), além das já identificadas apresentadas.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, V. T. **O que é imprensa negra?** Diálogos sobre comunicação e negritude no Brasil. Florianópolis: Insular, 2021.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 3ª reimp. 1ª ed. São Paulo: Edições 70. 2016.

BONTEMPO, Bruna Minervino; MOURA, Dione O. ARAÚJO, Valmir Teixeira; ARAÚJO, Ingrid Cândido de; PRADO, Luana Martins Ferreira do; IKPEA, Angel Okhaigboje; SANTOS, Anna Beatriz Araujo Maciel dos; ALMEIDA, Natiele Martins de; NASCIMENTO, Lucas Maia Santos do; LESSA, Bruna Ferreira Rosa; LUDUVICHACK, Júlia Chaves Nascimento; COELHO, Ana Beatriz Santos. **Mapa da Mídia Negra Brasileira: relato da primeira etapa da pesquisa**. Intercom Centro-Oeste 2024. GT02CO - Comunicação Antirracista e Pensamento Negro. UFG, Goiânia, 2024.

GONZALEZ, Lélia. **A categoria político-cultural de amefricanidade**. Tempo Brasileiro, Rio de Janeiro, v. 92, n. 93, p. 69-82, (jan./jun.), 1988, p. 69-82.

GONZALEZ, Lélia. **Por um feminismo afro-latino-americano**. RIOS, Flavia; LIMA, Márcia (Orgs.). São Paulo, Zahar, 2020.

MOURA, D.; FIGUEIREDO, V.; NUNES, J.C. **Mídias sociais como plataformas contra o excesso de esquecimento coletivo**. In: Medina, C.; MOURA, D.O.; GERALDES, E.; PEREIRA, F.H.; MEDINA, S.; ADGHIRNI, Z.L. *Jornalismo e Literatura: Aventuras da Memória*. Minho/Brasília: Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho/Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, 2014.

MOURA, Dione O. COSTA, H. M. R. **Mulheres jornalistas e o 'teto de vidro raça/gênero/classe'** a tensionar a carreira das jornalistas negras brasileiras. In: AGUIAR, Leonel; SILVA, Marcos Paulo da; MARTINEZ, Mônica. (org.). *Desigualdades, Relações de Gênero e Estudos de Jornalismo*. 1. ed. São Paulo: Life Editora, 2018. p. 193-207.

MOURA, Dione O.; GUAZINA, Liziane S. (org.). **Gênero em pauta: Desconstruindo violências, construindo novos caminhos**. 1. ed. Curitiba: Appris Editora, 2019. p. 139-151.

MOURA, Dione. **Nós, mulheres negras amefricanas**, o 8 de março e o legado de Lélia Gonzalez. *Correio Braziliense*. 08 de março de 2024, Editoria de Opinião.

WALTER, Silvana Anita; BACH, Tatiana Marceda. **Adeus papel, marca-textos, tesoura e cola: Inovando o processo de análise de conteúdo por meio do Atlas.ti**. In: SEMEAD, XII, SEMINÁRIOS DE ADMINISTRAÇÃO, 2009, CD, 17p. São Paulo. Anais, 2009