Anais de Resumos Expandidos
VIII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais
ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

RELAÇÕES RACIAIS E O MERCADO DE COMUNICAÇÃO NO BRASIL: A EXPERIÊNCIA DA SEMIÓTICA ANTIRRACISTA[1]

RACIAL RELATIONS AND THE COMMUNICATION MARKET IN BRAZIL: THE EXPERIENCE OF SEMIOTICA ANTIRRACISTA

Cássio Santos Santana

Bruna Couto Rocha

Palavras-chave: Semiótica. Relações Raciais. Discurso. Mercado de comunicação.

INTRODUÇÃO

A emergência do debate sobre racismo no Brasil é tardia e atravessada por diferentes interesses. O Brasil negou sistematicamente o racismo em suas narrativas oficiais e midiáticas. O avanço dos processos de mediatização construiu um cenário propício para que essa discussão ganhasse espaços de visibilidade pública ao possibilitar a circulação de outras vozes, e também de situações de violência racial, até então pouco visibilizadas sobretudo pelos programas jornalísticos. Apesar de cumprir o papel de escancarar o cotidiano violento de pessoas negras e racializadas em todo o mundo, tais

[1] Trabalho apresentado ao VIII Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais. POSCOM-UFBA. Salvador, Bahia. POSCOM-UFSM. Santa Maria, RS. ECA-USP. São Paulo/SP.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

imagens entraram em um circuito de comercialização, espetacularização e viralização, que trouxe novos problemas políticos e de pesquisa para o campo.

O assassinado de George Floyd foi emblemático e, de certo modo, marca um antes e um depois neste contexto, tal como aponta o conceito de acontecimento, segundo Louis Queré (2005). Podemos inferir que o status de acontecimento foi construído sobretudo pela sua mediatização, pois homens negros como Floyd são mortos em operações e abordagens policiais com alguma frequência. O que marcou, portanto, esse acontecimento foi a reprodução das imagens do assassinato em seu caráter midiatizado. A banalização da morte e o aspecto simbólico da cena — estrangulamento de um homem negro desarmado por um policial branco em plena luz do dia — gerou impacto e uma onda de manifestações nas ruas e, sobretudo, nas redes sociais em torno do debate sobre racismo e violência contra as pessoas negras.

Entre a total invisibilidade e a superexposição, abre-se um campo de reflexão sobre representação e representatividade, e concepções em disputa sobre a presença de pessoas negras nos meios de comunicação. Como todo grande debate público mediado pelas redes sociais, essa discussão surge marcada por um conjunto de ruídos e diferentes interesses. De um lado, os movimentos negros reivindicando representatividade e denunciando a ausência ou falta de qualidade na representação da negritude pelos meios de comunicação, do outro, o mercado, buscando se apropriar dessas reivindicações e criar novos nichos de consumo, ofertando produtos e\ou iniciativas cujo imediatismo não comporta uma reflexão sobre a complexidade em jogo nesta proposta de mudança.

O assassinato de Floyd ensejou um clima de opinião pública propícia ao debate do racismo e seus efeitos em diferentes âmbitos da vida cotidiana. Diante de um espraiamento do debate racial, empresas realizaram processos de reciclagem e revisão de parâmetros, com destaque para a promoção de práticas antirracistas junto aos colaboradores e à opinião pública. No entanto, passada a efervescência da visibilidade de

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

pautas antirracistas, com mudanças geopolíticas de grande vulto, como a ascensão de governos ultraconservadores no mundo, colocando em xeque uma série de políticas de diversidade e paridade racial, a percepção é que a inclusão de negros e negras em alguns setores empresariais aconteceu a partir de alicerces notadamente frágeis.

Este ensaio tem como objetivo tratar da experiência da Plataforma Semiótica Antirracista no mercado de comunicação, evidenciando as potencialidades e obstáculos para a concretização de um processo formador antirracista junto a empresas, ao destacar as contradições entre a crescente visibilidade da pauta racial e a efetiva transformação das estruturas organizacionais. Argumentamos que a crescente presença da pauta racial no mercado de comunicação brasileiro produziu avanços de visibilidade e inclusão, mas ainda não provocou transformações estruturais. Defendemos a necessidade de preservar o "mal-estar" como instrumento de implicação, responsabilização e enfrentamento dos privilégios da branquitude.

PANDEMIA E DISCUSSÕES RACIAIS NAS REDES SOCIAIS

A Plataforma Semiótica Antirracista surge em 2020, em meio à pandemia da Covid-19, a partir de inquietações diante da eclosão de discussões sobre o racismo no Brasil, sobretudo nos ambientes digitais. Diante da apropriação dessa agenda pela indústria midiática, viu-se uma oportunidade de contribuir para a reflexão sobre os mecanismos linguageiros do racismo à brasileira e suas implicações sobre a construção do imaginário nacional sobre pessoas negras. Ancorada na experiência de ativismo e pesquisa de pessoas negras que vivenciaram o enegrecimento da universidade brasileira e a emergência gradual deste debate no mundo universitário, a iniciativa conjuga o desejo de aproximar o engajamento político e o rigor científico em direção à luta antirracista no Brasil.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

No primeiro momento, a plataforma trabalhou com a oferta de minicursos intensivos para instrumentalizar o público em geral, sobretudo profissionais de comunicação, para uma produção e uma leitura mais críticas sobre os discursos midiáticos, tomando como paradigma o racismo e seus efeitos de linguagem. Tal empreitada viabilizou outras oportunidades, especialmente pelo alcance massivo[2] das primeiras formações, composta por um público com profissionais de agências de publicidade, jornais, organizações sociais e empresas dos mais variados ramos da comunicação. Surgiram então convites para capacitar equipes multiprofissionais, consultorias para times de criação, análises de campanhas e marcas.

Os cinco anos de experiência da plataforma, entretanto, revelaram um cenário complexo, não-progressivo e imprevisível em relação à pauta racial e ao mercado de mídia no Brasil. Já nos primeiros anos, especialmente com o encerramento da quarentena, os cursos *online* foram perdendo a força e também a pauta racial já não tinha o mesmo apelo, especialmente nas mesas de negociação com as grandes marcas. O discurso mais amplo da diversidade foi voltando a operar de maneira embranquecida, com a ascensão de mandatos e políticas de legendas de ultradireita criando ambientes propícios para o questionamento de políticas de diversidade. Como consequência, a suposta ameaça de um radicalismo foi criando arestas na recepção de propostas como a da Semiótica Antirracista.

BRAQUITUDE: IMPASSES NO TRABALHO ANTIRRACISTA NO MERCADO DA COMUNICAÇÃO

Existe uma série de obstáculos que profissionais negros e negras têm que lidar diariamente no mercado de trabalho. Salários menores, dificuldades em cobrar ou

[2] As quatro primeiras edições do curso Racismo e Mídia no Brasil alcançaram um público total de mais de mil pessoas.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

precificar corretamente o serviço, falta de reconhecimento, trabalho e (auto)cobrança excessiva e o iminente risco de ficar sem emprego — só para citar alguns problemas. No contexto brasileiro, ser preto e nordestino, situado à margem dos grandes centros, oriundos de famílias inscritas num processo histórico e sistemático de empobrecimento, torna o desafio ainda maior.

Com a midiatiazação e circulação do assassinato de Floyd, em meio a maior visibilidade do ativismo antirracista, a presença de profissionais negros e negras tornou-se uma realidade em diversos setores, não se restringindo a funções historicamente vinculadas à subalternidade. A percepção inicial foi que o cenário de diversidade racial melhorou, com alguns profissionais assumindo cargos ocupados historicamente por pessoas brancas. No entanto, como se constatou mais tarde, isso não se refletiu em grandes mudanças nos paradigmas operacionais das empresas e tampouco consolidou-se como um objetivo estratégico destas organizações, limitando-se a um reposicionamento tático diante da efervescência e capilaridade do debate racial nas esferas de visibilidade pública.

A avaliação é que a inclusão de profissionais negros e iniciativas antirracistas de empresas, em um primeito momento, aconteceu para responder à onda de midiatização do ativismo antirracista e não por conta de uma mudança real de mentalidade em relação a potencialidades desses profissionais, o que mostra que o racismo é uma estrutura que não se desmonta por fatores puramente conjunturais. A política de diversidade surge em um cenário em que não ter profissionais negros é um ponto negativo para as empresas, inclusive com implicações na receita destes empreendimentos, portanto como uma demanda pragmática. Entretanto, a inclusão de profissionais negros em espaços pouco ou quanse nunca acessados traz também outras implicações, inclusive um certo mal estar no ambiente de trabalho e processos de violência material e simbólica, como salários menores e/ou menos autonomia e poder para tomar decisões.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

Como Cida Bento (2022) argumenta, a presença negra nos espaços hegemonizados por pessoas brancas causa estranheza e incômodo por revelar o *modus operandi* da branquitude.

> Essa presença exclusiva de brancos, aliás, faz parte da realidade da maioria das organizações públicas, privadas e da sociedade civil. Quando isso é rompido pela presença de uma pessoa negra, o grupo se sente ameaçado pelo "diferente', que por ser no departamento ou na instituição a unica pessoa negra, num país majoritariamente negro, expõe os pés de barro do sistema meritocrático (Bento, 2022, p.73)

Não há como falar de racismo no Brasil sem falar de branquitude — esse *modus operandi* marcado por acordos tácitos que mantêm pessoas brancas em posições de privilégio. Em diálogo com outros estudos sobre a branquitude, Cida Bento (2022) explica que esse conceito circunscreve o fenômeno da organização social deste grupo historicamente beneficiado por um conjunto de violências, marcado por lógicas de favorecimento passadas através das gerações.

Falar de racismo, portanto, é sempre sobre tocar na ferida, em uma cosmovisão, em algo que estrutura todo um modo de vida. Na Semiótica Antirracista, buscamos desenvolver metodologias de trabalho fora de uma ideia de culpabilização, mas de implicação e provocação, para que as pessoas se sintam entusiasmadas em se engajarem em uma ética antirracista. Entretanto, é incontornável o fato de que a matéria-prima de nosso trabalho é o mal estar, seja em treinamentos, seja em consultorias, seja em produtos de análise discursiva. Sem o mal estar, sem o incômodo, sem trazer a tona à verdade racial encoberta pelas lógicas comerciais em jogo no mercado da comunicação, não é possível promover mudanças que possam ir além de tendências episódicas e viralizações de internet.

.

MAL-ESTAR: LUGAR DE PRODUÇÃO E ENFRENTAMENTO AO RACISMO

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

A Semiótica Antirracista ainda é uma iniciativa nova e emergente, tateando o mercado de comunicação e as possibilidades de inserção e incidência. Ao longo deste período, foi possível perceber que ainda há uma profunda e enraizada ignorância acerca das questões raciais no Brasil, um real desconhecimento e pouca vontade de aprender. Nossa leitura é que existe uma disseminação das discussões em torno do racismo e que, tomando como parâmetro nosso histórico de negação, há avanços. Mas tal disseminação ainda não atravessa todas as esferas da sociedade e também não suscitam inquietações genuínas na maioria das pessoas, tampouco reposicionamentos estratégicos por partes de empresas e grandes organizações.

Identificamos que há uma permanente tentativa de simplificação e esvaziamento da discussão e que a demanda de mercado por manuais, boas práticas e fórmulas de sucesso inviabilizam discussões mais densas e trabalhos de longo prazo, que visem mudanças estruturais nas organizações, veículos e corporações. De algum modo, há uma resistência em mexer nos fundamentos e nas culturas organizacionais e nossa hipótese, pensando com Cida Bento (2022), é que a principal razão é o medo de perder privilégios. Privilégios estes que estruturam as relações que operam como esteio político, econômico, simbólico e subjetivo destas empresas.

Por outro lado, é crescente o mal estar, mesmo entre os que gozam do privilégio. Categoria cara a campos como a Psicanálise, o mal-estar é um importante operador social, que atravessam e determinam as relações, sustentam opressões, mas também as ameaça constantemente. Diversos fatores envolvem o crescimento do mal estar na contemporaneidade, a exemplo da emergência e consolidação de novos espaços de visibilidade pública, reposicionando a disputa de narrativas no tecido social e dando voz a grupo até então emudecidos, como pessoas negras, mulheres, povos tradicionais, LGBT’s — setores que frequentemente lutam contra a hegemonia branca, hetero e masculina dos centros do poder.

ISSN 2675-4169 Vol. 1, N. 8(2026)

O mal estar, acreditamos, é um elemento necessário e fundamental para que haja mudança social. Neste sentido, ainda que apostemos em dinâmicas de implicação, responsabilização e não-culpabilização das pessoas para quem falamos, trabalhamos e produzimos análises antirracistas, preservamos a dose de mal-estar inerente ao processo de denunciar um sistema onde há prejudicados e beneficiados, com claras implicações à realidade e ao devir histórico. Não há como expor esse tipo de fratura sem passar pelo mal-estar.

BIBLIOGRAFIA

BENTO, C. **Pacto da Branquitude**. São Paulo. Companhia das Letras: 2022.

GONZALEZ, L.; HASENBALG, C. **Lugar de negro**. Rio de Janeiro: Zahar, 2022

HALL, S. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2016.

HOOKS, B. **Olhares negros: raça e representação**. Elefante Editora: 2016.

QUÉRÉ, L. Entre o facto e sentido: a dualidade do acontecimento. In: Trajectos. **Revista de Comunicação, Cultura e Educação**, nº 6. Lisboa: ISCTE / Casa das Letras /Editorial Notícias, 2005, p. 59-75.