



VOZES NEGRAS NA COMUNICAÇÃO

MÉTODOS E PRÁTICAS ANTIRRACISTAS PARA COMUNICADORES E AGENTES CULTURAIS

Realização:



**Circuito
Catarinense
de Cultura**
PNAB/SC 2024



MINISTÉRIO DA
CULTURA



Proposta executada pelo Governo do Estado de Santa Catarina, por meio da Fundação Catarinense de Cultura (FCC), com recursos do Governo Federal e da Política Nacional Aldir Blanc.

SUMÁRIO

- **Apresentação**
- **A construção da imagem da população negra no Brasil**
- **Corpos negros representados: a imagem da população negra nos meios de comunicação brasileiros**
- **As contranarrativas da população negra brasileira**
- **Possibilidades – Dicas de assessoria de imprensa**
- **Possibilidades – Práticas antirracistas para mídias sociais e projetos culturais**
- **Possibilidades – Educação Antirracista para sala de aula**
- **Considerações finais**
- **Referências**
- **Sobre os autores**

Apresentação

Este *e-book* é um desdobramento do curso de formação “Vozes Negras na Comunicação – métodos e práticas antirracistas para comunicadores e agentes culturais”, realizado com apoio do Governo Estadual de Santa Catarina, por meio da Fundação Cultural Catarinense (FCC), com recursos do Governo Federal e da Política Nacional Aldir Blanc.

Aqui, almejamos compilar, de maneira clara e objetiva, alguns dos temas abordados durante a formação, com o objetivo de fomentar o debate sobre a importância e o poder da Comunicação tanto como ciência quanto como prática para a formulação de imaginários e estereótipos, mas também como contranarrativa e resistência, especialmente para grupos racializados.

Pensando exclusivamente no Brasil, este material elabora, de maneira sintetizada, o processo de formação do país com o intuito de atrelá-lo à temática principal, demonstrando a maneira que se construiu a imagem da população negra em território brasileiro e a quem essa representação serviu e serve até os dias atuais.

São apresentados exemplos de representações da população negra em diferentes meios de comunicação, fazendo uma ligação entre passado e presente, produção e reprodução, perpetuando a imagem negativa dos negros e negras brasileiras. Também são apresentados exemplos históricos da comunicação sendo utilizada de maneira estratégica por essa mesma população como forma de resistência e contranarrativa, visando reconstruir e confrontar a imagem que pessoas brancas construíram sobre pessoas negras.

Nesse sentido, são apresentados alguns meios utilizados para se fazer esse contraponto narrativo, demonstrando as diversas possibilidades de usar a comunicação a serviço da construção de uma sociedade antirracista e verdadeiramente democrática, como, por exemplo, por meio da imprensa negra, da publicidade disruptiva e da escrita negra.

No sentido prático, de convocação e mobilização de quem participou do curso e, agora, de quem acessa este material, são elaboradas, também, algumas dicas sobre assessoria de imprensa, práticas antirracistas para as redes sociais e projetos culturais e educação antirracista para a sala de aula.

Com isso, visamos construir uma sociedade antirracista, juntamente com outras vozes negras que se levantam há séculos, dentro e fora da área da comunicação. Muito mais do que igualdade racial, abordamos a teoria e a prática com uma abordagem verdadeiramente emancipatória, compreendendo que a luta antirracista exige, automaticamente, o fim do atual sistema econômico mundial, que coloca o Brasil na periferia e produz desigualdades que são sentidas de maneira direta e dolorosa nas camadas mais empobrecidas e excluídas que, em sua maioria, continuam sendo a população negra e indígena. Por meio desta comunicação, pretende-se produzir elementos que contribuam para organização desses segmentos sociais para a continuação e aperfeiçoamento constante na luta pela verdadeira liberdade e justiça racial.

A construção da imagem da população negra no Brasil

A história da população negra, frequentemente reduzida ao sofrimento da escravidão, é, na verdade, profundamente marcada por contribuições fundamentais nas mais diversas áreas do saber e da vida em sociedade. Antes mesmo do período colonial, negros e negras foram protagonistas na agricultura, medicina, arquitetura, economia e cultura – ainda que tais legados tenham sido sistematicamente apagados pela narrativa oficial da história, que insiste em apresentar a escravidão como o único marco da experiência negra. No entanto, compreender a complexidade da presença negra no Brasil exige o reconhecimento de que a escravidão não foi um desvio de percurso da modernidade, mas um de seus pilares constitutivos.

A expansão colonial europeia, marcada por um projeto imperialista de exploração, estabeleceu as bases para a desumanização da população africana. Homens, mulheres e crianças foram sequestrados de seus territórios, privados de suas línguas, religiões, cosmovisões e relações familiares, e transformados em mercadorias. Essa violenta desconstrução do ser e do saber africano teve implicações profundas e duradouras. Ao impor uma única forma de ver e interpretar o mundo, a cosmovisão europeia, o projeto colonial silenciou outras epistemologias e formas de organização social, política e espiritual, afetando a dinâmica do mundo, com consequências que persistem no Brasil contemporâneo.

O colonialismo está plasmado na teoria da história, sob a égide da ideologia do eurocentrismo (Amin 1989), ocultando produções teóricas africanas e afrodiaspóricas, desdenhando das ferramentas intelectuais, métodos e conceitos cruciais para a compreensão de nossa sociedade. O eurocentrismo como uma das expressões acadêmicas da branquitude, reforça o racismo (Faustino e Lippold, 2023, p. 123)

A escravidão colonial, portanto, deve ser entendida como uma instituição moderna, intrinsecamente ligada ao surgimento do conceito de raça enquanto instrumento de dominação (Gomes, 2005). Essa construção racial não foi espontânea, mas contou com o apoio ativo de instituições como a Igreja Católica, o Estado e a ciência moderna.

A ciência pautada nos ideais iluministas, em particular, forneceu os alicerces teóricos que justificaram a dominação e exclusão da população negra, ao definir o homem branco, cristão e proprietário como norma civilizatória. Tal ideologia não apenas legitimou o colonialismo e a escravidão, como também produziu uma epistemologia racista que ainda reverbera nas estruturas acadêmicas e institucionais atualmente. O Iluminismo, longe de ser apenas uma era de progresso, deve ser compreendido como uma ideologia racista que atuou na legitimação da violência contra os povos não-europeus.

A Igreja Católica, por sua vez, teve papel central na sustentação espiritual e moral desse sistema, promovendo a catequização forçada, o proselitismo religioso e a separação sistemática de famílias e etnias, sempre sob o argumento da inferioridade dos “povos impuros”. Essa teologia da dominação moldou um imaginário coletivo em que Deus era visto como punitivo e justificador das hierarquias raciais e sociais, em que grupos racializados deveriam passar pelo trabalho forçado em busca de uma possível oportunidade de salvação. “Segundo a mentalidade da época, a alma dos negros, antes de serem batizados, era habitada pelo demônio” (Vasconcelos, 2013, p. 5). Além disso, a Igreja Católica lucrou, também, com o tráfico de escravizados e fez uso da mão de obra forçada.

É conhecido o fato que, durante este período, foi comum às Ordens religiosas e o clero possuírem escravos trabalhando na construção das Igrejas e dos colégios, nos serviços domésticos e nos seus engenhos. É diante deste quadro de aceitação e aproveitamento da escravidão para os seus próprios interesses que se desenvolve o trabalho missionário de evangelização dos negros no Brasil (Vasconcelos, 2013, p. 6).

Por isso, é necessário afirmar que a violência da escravidão foi física e psíquica em sua subjetividade, desumanizando pessoas racializadas e, estrutural e estruturante na sociedade brasileira, impactando diretamente na constituição dos diferentes segmentos e instituições que integram a nação. Com isso, a evangelização vinda da Igreja Católica servia para os colonos e para o Estado, pois contribuía, por meio da ideologia, para a aceitação do escravizado frente a sua situação (Vasconcelos, 2013).

A expectativa de vida das pessoas escravizadas era drasticamente reduzida, devido ao trabalho exaustivo, às doenças e à ausência de assistência médica. As mulheres negras enfrentavam ainda mais brutalidade, sendo tratadas como reprodutoras e alvos de violência sexual sistemática.

Apesar da brutalidade do sistema, os povos africanos escravizados resistiram de múltiplas formas. Negociaram sua sobrevivência, mantiveram laços familiares e preservaram suas culturas e cultos religiosos, reinventando suas identidades e práticas no contexto da diáspora. Essas estratégias de resistência, embora frequentemente invisibilizadas, foram essenciais para a manutenção da vida, cultura e cosmovisão negra no Brasil.

No entanto, a história hegemônica, contada sob a ótica branca, tem sistematicamente apagado essas formas de resistência, silenciando revoltas como as da República de Palmares, levantes urbanos e rurais protagonizados por africanos e afrodescendentes, e outras experiências locais de enfrentamento. Palmares, por exemplo, foi muito mais do que um quilombo: foi um projeto de nação autônoma, com organização política, econômica e militar, e destruído porque representava uma alternativa viável ao modelo escravista. Seu apagamento da memória histórica foi estratégico para impedir a disseminação de ideias emancipatórias que pudessem ameaçar a ordem colonial. “Um embrião de nação que foi destruído para que o seu exemplo não determinasse uma economia que transcendesse os padrões econômicos e políticos do sistema escravista” (Moura, 1988, p. 184)

O século XIX é crucial para entender a transição do modelo escravista. Com o fim formal do tráfico de africanos escravizados e a pressão externa, sobretudo da Inglaterra, o Brasil iniciou um processo gradual de abolição. Contudo, não se tratou de um ato de benevolência: o capitalismo industrial emergente precisava de consumidores livres e não mais de uma massa escravizada.

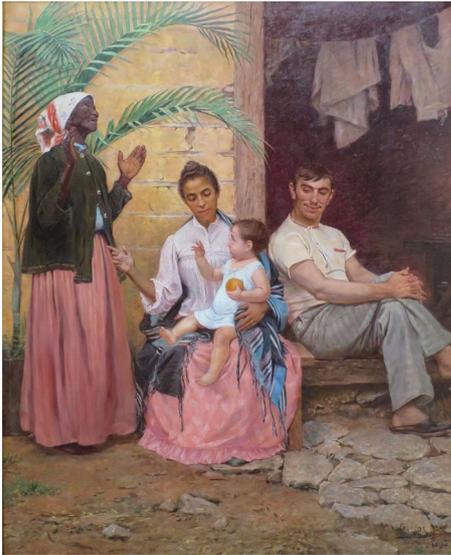
A desvalorização da mão de obra escrava — que até então simbolizava poder e riqueza — foi acompanhada pela ascensão da posse da terra como novo critério de status social, oficializado pela Lei de Terras de 1850. Esse marco legal instituiu um modelo fundiário excludente que permanece até hoje, e cuja herança pode ser observada nas lutas contemporâneas por terra e moradia, como as dos movimentos sociais reivindicatórios a essa temática.

Assim, o que ela consolida e não consegue realizar definitivamente no espaço de tempo entre sua promulgação, regulamentação e o fim do Regime Imperial é uma nova concepção sobre a terra, seu uso e especialmente sobre a propriedade. Como concepção, portanto, o caminho percorrido para lhe dar efetividade prática foi extremamente longo. Talvez essa passagem ainda não se tenha realizado, haja vista que os conflitos agrários que marcam o Brasil atual guardam relação íntima com as mudanças que foram alavancadas com essa Lei e com a permanência, ainda nos dias atuais, de diferentes modos de definir o que é a “propriedade” da terra. Logo, para entender a Lei de Terras em seu sentido mais profundo é necessário pensar e tratar a propriedade da terra como uma construção social, isto é, desnaturalizá-la. [...] Em longo prazo, um dos seus sucessos, talvez o principal, foi sua perspicácia em dar as bases sobre as quais essas diferentes concepções deveriam ser substituídas por uma única, isto é, aquela que transforma a terra em propriedade/mercadoria, impossibilitando assim qualquer tipo de vínculo a ela que não sejam aqueles regulados pelo mercado. Portanto, os grupos que historicamente ocuparam e usaram a terra sustentados em outros critérios que não os jurídicos e de mercado viram suas lógicas questionadas, foram expulsos, violentados, transformados em intrusos, vadios e criminosos (Silva, 2015, p. 91-92).

A abolição, além de tardia, foi incompleta e calculada. As elites temiam uma revolta nos moldes da Revolução Haitiana (1791-1804), e as leis que promoveram a libertação foram, na verdade, tentativas de controle social.

O Brasil investiu na imigração europeia como parte de um projeto de branqueamento da população. Entre 1850 e o início do século XX, mais de dois milhões de europeus chegaram ao país. A eles, foram garantidas terras, recursos e incentivos fiscais (Rosa, 2006). Em contrapartida, a população negra liberta foi abandonada à própria sorte, sem qualquer tipo de reparação ou inclusão. Essa política racista reforçou a marginalização da população negra e naturalizou a ideia de que o progresso estava vinculado à branquitude.

A mestiçagem também foi instrumentalizada como parte desse projeto. A imagem da pintura *Redenção de Cam*, do espanhol Modesto Brocos, que idealiza o embranquecimento de gerações por meio do cruzamento racial, é expressão nítida dessa ideologia. Esse imaginário racista foi fortalecido pelas teorias do século XIX e início do XX, como o darwinismo social, a eugenia e o racismo científico, que atribuíram características biológicas inferiores aos negros e propagaram a ideia de que o Brasil só poderia alcançar o desenvolvimento sendo um país branco.



Essas ideias influenciaram até mesmo a distribuição racial em determinados campos de trabalho. Embora a população negra seja majoritária como atletas no futebol, por exemplo, ainda é minoria nos cargos de decisão e intelectualização do esporte, como treinadores e dirigentes. Isso reflete um processo duradouro de exclusão simbólica e material que ainda estrutura a sociedade brasileira, que desconsidera a capacidade intelectual e cognitiva da população negra, atrelando a ela apenas a capacidade operacional e o serviço braçal. Portanto, o negro não serve para coordenar, planejar, delegar, presidir, mas apenas para obedecer às ordens impostas, não estando apto a estar em contato com a tecnologia.

No pós-abolição, a criminalização da cultura negra tornou-se uma política de Estado. Práticas religiosas de matriz africana, a capoeira, o samba, modos de vestir, linguagens e até mesmo a reunião de pessoas negras em espaços públicos passaram a ser tratados como infrações. O Código Penal e outras legislações foram criadas para controlar corpos e culturas, e estratégias como internações compulsórias em manicômios serviram de mecanismo institucional para a manutenção da exclusão e perpetuação do racismo estrutural. Essa lógica persiste, ainda hoje, sob novas roupagens, como a política de guerra às drogas, por exemplo, que atinge de forma desproporcional e violenta a juventude negra.

Dessa forma, a imagem construída historicamente da população negra é aquela que associa tudo que é ruim — criminalidade, ignorância, incapacidade, pobreza, feiura, preguiça — ao negro. A narrativa da inferioridade não apenas foi fabricada, mas sistematicamente reproduzida por instituições políticas, científicas, educacionais, jurídicas, religiosas e comunicacionais. Esse último ponto, os meios de comunicação, receberá principal atenção neste trabalho, especialmente pela sua capacidade de produção e reprodução de imaginários e estereótipos, responsáveis pela perpetuação de desigualdades e dominação, físicas e psíquicas, impossibilitando alterações significativas e estruturantes no modelo atual de sociedade.

Corpos negros representados: a imagem da população negra nos meios de comunicação brasileiros

A comunicação sempre esteve presente nas relações humanas, no seu sentido mais abrangente, prático e científico. Os meios de comunicação, em cada tempo e espaço, também fizeram parte da vida humana, servindo para informar, comercializar, convencer, provocar, refletir. Durante a escravização, por exemplo, os jornais impressos foram utilizados para denunciar escravizados fugitivos, comercializar escravizados, ridicularizá-los por meio de contos e piadas. Também foram utilizados para comercializar produtos de beleza, com promessas de embranquecimento, como apresenta e descreve Domingues (2002) em seu trabalho.

Da mesma forma, de maneira massiva e sofisticada, a televisão, tempos depois, com sua popularização, conduziu representações da população negra que contribuíram para a produção, reprodução e fixação de imaginários negativos sobre esse segmento social. Baseados em três exemplos de estereótipos trazidos por Conceição (2005), temos uma presença significativa de pessoas negras na televisão representando aquilo que o autor chama de 3 Ls: lúgubre, lúdico e luxurioso.

O lúgubre é o corpo negro representado como o suspeito, o criminoso, que ameaça a ordem, está presente nos filmes e nas novelas, como a figura do bandido. O lúdico, aproxima a imagem da população negra à alegria e às festividades, como o pagode, o samba, o carnaval. Já, o luxurioso vincula a negritude à sensualidade, ao sexo, ao lascivo, libidinoso. Como exemplo, temos a imagem da “Globeleza”, que veiculou durante décadas, na maior emissora de televisão brasileira, a imagem da mulher negra seminua, hipersexualizada, durante o período do Carnaval. Mas, não só.

Algumas publicidades da década passada também representaram mulheres negras como luxuriosas e hipersexualizadas, como a publicidade da Duloren¹, de 2012, na qual uma mulher negra aparece de roupas íntimas, segurando o quepe de um policial, que também aparece na imagem, desacordado. Na chamada da publicidade, em destaque, está escrito: “Pacificar foi fácil, quero ver dominar”. Ao fundo, a imagem de uma favela no Rio de Janeiro. A publicidade remete a política de pacificação ocorrida à época, nas favelas cariocas. A marca, em sua justificativa, disse que “pode-se pacificar um morro,

¹ Campanha “polêmica” da Duloren é retirada pelo Conar (racismo, machismo e apelação) (UOL): <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2012/10/03/campanha-polemica-da-duloren-e-retirada-de-circulacao-pelo-conar.htm>

mas nem homem e nem soldado nenhum é capaz de dominar uma mulher usando lingerie Duloren”.

Ou seja, se aproveitam de um problema social e cultural, como a marginalização, as violências e exclusões das periferias brasileiras, tragédias que atingem diariamente corpos negros, para promoção de uma marca, hipersexualizando e objetificando mulheres negras, também moradoras dessa região, reduzindo-as a isso. Desumanização, animalização, a população negra enquanto instinto primitivo, predadoras sexuais.



Da mesma forma, a campanha da marca de cerveja Devassa, em 2011, apresentando sua cerveja preta, fez a seguinte publicidade:



Mais surreal do que a própria campanha, foi o resultado de um processo levantado por três mulheres contra a marca por sua representação altamente racista, machista e com

alto teor sexual. O juiz de direito, Carlos Alexandre Gutmann, concluiu que “a propaganda não é abusiva ou discriminatória”, pois segundo ele, “não há qualquer mensagem racista, sendo o anúncio original, irreverente, refletindo uma essencialidade, autenticidade e alegria”. Analisando os adjetivos utilizados pelo juiz em comparação com os estereótipos levantados por Conceição (2005), foi utilizado o estereótipo Lúdico para justificar a peça publicitária. Por fim, Gutmann condenou as três autoras do processo a pagarem as custas e as despesas processuais, além do pagamento dos honorários advocatícios².

Além desses estereótipos, é possível listar muitos outros, como por exemplo, a utilização de artistas, atletas e músicos negros em destaque para a promoção e publicidade de marcas. Apenas os negros com muito destaque ou apelo popular podem integrar a publicidade brasileira ou representar marcas. Da mesma forma, atores negros, não conhecidos, quando contratados, muitas vezes são utilizados para comporem imagens, ou estarem em propagandas governamentais de auxílio, pagamentos de dívidas, políticas públicas. É comum encontrar a associação de pessoas negras à pobreza e à miséria.

Um exemplo foi a capa do jornal *Diplomatique Brasil*, em 2016, em que colocou um desenho de uma pessoa negra nua, com o corpo desconfigurado, desdentado, representado de maneira imbecilizada, dizendo que “dias melhores virão (para o patrão)”, para retratar o regresso da aprovação da reforma trabalhista, como forma de alertar para a precarização que os trabalhadores brasileiros enfrentariam. Porém, o mais interessante é que as pesquisas sobre as manifestações da época demonstraram que o perfil dos apoiadores dessas políticas representava o perfil justamente diferente do ridicularizado pela capa do jornal³.

² “Não é ofensiva propaganda da Devassa com referência ao corpo da mulher negra” (Migalhas Quentes). Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/quentes/190053/nao-e-ofensiva-propaganda-da-devassa-com-referencia-ao-corpo-da-mulher-negra>

³ “Como protestos pelo impeachment de Dilma dividiram classe média em duas, segundo pesquisador da Unicamp” (g1). Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/noticia/2023/08/14/como-protestos-pelo-impeachment-de-dilma-dividiram-classe-media-em-duas-segundo-pesquisador-da-unicamp.ghtml>

Essa imagem representa não só o negro enquanto primitivo, mas a população negra ausente de pensamento crítico, ou intelecto, incapaz de discernir sobre os problemas sociais agravados por políticas públicas de austeridade. A população negra é incapaz de raciocinar, refletir, planejar e decidir sobre os rumos políticos do país e sobre sua escolha para a própria sobrevivência. Falta-lhe capacidade cognitiva. Portanto, sempre terá que depender dos brancos para pensarem e decidirem por ela. Essa representação simbólica é um convite para a reflexão de todo nosso cenário político-institucional, sobre quem manda e quem obedece, quem são os candidatos e quem são os cabos eleitorais, quem vive e quem morre, quem pensa e quem executa.



A animalização de corpos negros. A representação de personagens negras em novelas e filmes em papéis de suporte ou secundários, como empregadas domésticas, mordomos, motoristas ou seguranças. O estereótipo da mulher negra barraqueira, encenqueira. As personagens da preta ou do preto velho como figuras conselheiras, cuidadoras. A criança negra bagunceira. A figura do homem negro como malandro, cachaceiro.

São diversas, enfim, as representações estereotipadas nos meios de comunicação que relegaram a população negra ao imaginário social brasileiro associado à negatividade. Como consequências para a própria população negra, vemos a baixa autoestima, problemas psicológicos, como depressão e ansiedade, alto índice de evasão escolar, desemprego e subemprego, baixa renda, péssimas condições de moradia, criminalização, violência, encarceramento, suicídio, morte.

Tais consequências parecem estar desvinculadas, mas todas elas resultam e são continuidade do projeto de dominação, iniciado com a colonização séculos passados. Atentar-se às representações atuais sobre a população negra é atentar-se à ideologia dominante e aos produtores de tais ideologias. É atentar-se a quem lucra e se beneficia com essas exposições.

Os estereótipos são construções sociais complexas, constituídas por meio de processos históricos, culturais e comunicacionais, que orientam a forma como os

indivíduos percebem a si mesmos e aos outros. De acordo com Leite (2011), essas representações são produzidas e compartilhadas dentro dos grupos sociais de pertença e referência, funcionando como moldes simbólicos que contribuem diretamente na formação da identidade e da visão de mundo de cada sujeito. Nesse sentido, os estereótipos não são inatos, mas sim aprendidos ao longo das interações sociais, sendo reforçados em espaços coletivos de convivência e transmissão de saberes.

Além do convívio social direto, os meios de comunicação de massa — como a publicidade, as telenovelas e o cinema — desempenham um papel central na disseminação e consolidação dos estereótipos. Conforme destaca Pereira (*apud* Leite, 2011, p. 225), os produtos culturais midiáticos operam como canais estratégicos para a propagação dessas imagens estigmatizadas, consolidando visões de mundo que moldam imaginários sociais. Ainda segundo Pereira (*apud* Leite, 2011, p. 157), os estereótipos funcionam como artefatos culturais historicamente construídos, que são transmitidos de geração em geração, ora pela vivência direta, ora pelos conteúdos produzidos e divulgados pelos meios de comunicação, os quais têm o poder de reforçar ou transformar percepções sobre grupos sociais inteiros.

Sob uma perspectiva pós-colonial, Homi Bhabha (2003) analisa os estereótipos como dispositivos discursivos utilizados nas disputas de poder entre grupos sociais. Segundo o autor, a estereotipação é uma estratégia do discurso hegemônico para inferiorizar e afastar os grupos minoritários, assegurando a manutenção de sua autoridade e a consolidação de uma ideologia dominante que busca uniformizar o diverso (Leite, 2011, p. 226). Assim, os estereótipos não são apenas ideias distorcidas, mas ferramentas políticas que organizam o espaço social em hierarquias simbólicas, justificando desigualdades e exclusões.

Portanto, compreender os estereótipos exige uma análise crítica sobre como eles são formados, reproduzidos e ressignificados em diferentes esferas sociais. Do convívio cotidiano às mídias de massa, passando pelos legados históricos e pelas estruturas de poder, essas representações moldam subjetividades e legitimam desigualdades. O desafio contemporâneo está justamente em romper com essas narrativas cristalizadas, ampliando espaços para outras vozes e imagens que afirmem a diversidade e a humanidade plena dos sujeitos historicamente estigmatizados.

É nesse contexto que se torna urgente a construção de contranarrativas, a valorização das resistências negras e a reintegração da memória coletiva da população africana e afro-brasileira à história nacional. O ingresso de negros e negras nas

universidades, a revalorização das epistemologias africanas e a reescrita da história sob outras lentes são caminhos possíveis para romper com séculos de exclusão e forjar um novo horizonte de justiça e reparação.

As contranarrativas da população negra brasileira

Assim como a comunicação foi utilizada para a dominação, para escravização e espoliação, também foi usada de maneira estratégica para a organização, para a resistência e para o enfrentamento a esse projeto. Planejamentos de fugas. Revoltas combinadas por bilhetes e gestos. Preservação cultural e da memória por meio das danças, das rezas, dos escritos e da oralidade. A organização e estruturação dos quilombos, as logísticas de fugas, os sistemas de segurança – tudo dependia da comunicação.

Da mesma forma que os jornais impressos foram utilizados para denunciar escravizados fugitivos e comercializar corpos negros, também serviram como ferramenta de resistência e organização negra. Seu principal expoente foi a constituição da imprensa negra em diferentes regiões do Brasil, que possibilitou a contraposição ao discurso hegemônico, as denúncias de maus tratos, das desigualdades e injustiças cometidas contra a população negra, bem como sua valorização e luta por cidadania, educação e saúde. E não somente os jornais impressos, mas também outros meios de comunicação serviram como modo de preservação e sobrevivência da população negra no país.

Propagandas veiculadas em diversos canais, denúncias de racismo, educação antirracista nas escolas e terreiros, debates, rodas de conversas, palestras, manifestações, artes, peças teatrais, exposições, danças, são não só experiências, mas conversações que permitem enquadrá-las como comunicação.

Exemplos dessas experiências podem ser vistos ao longo da trajetória de diversos movimentos sociais negros brasileiros que se utilizaram de diferentes ferramentas comunicacionais para a conscientização da população negra e para as reivindicações de seus direitos. Um dos expoentes é o Movimento Negro Unificado (MNU), que, em sua formação, em 1978, realizou uma manifestação histórica em frente ao Teatro Municipal de São Paulo, reunindo cerca de duas mil pessoas, denunciando a violência contra a população negra (Domingues, 2007).



Fonte: Memórias da Ditadura. Disponível em: <https://memoriasdaditadura.org.br/aula/a-mobilizacao-negra/>

Faixas, cartazes, palavras de ordem, cânticos, discursos. Comunicação. Da mesma forma, o Movimento Negro Unificado utilizou outros meios para se comunicar como, por exemplo, um outdoor veiculado em 13 de maio de 1988, cem anos após a “Lei da Abolição”, evidenciando a exclusão da população negra do mercado de trabalho, demonstrando a farsa da abolição da escravatura. Seus integrantes também compuseram a imprensa negra brasileira, produzindo diversos exemplares de jornais. Um dos mais conhecidos e simbólico, traz, em sua capa, a imagem de um casal negro se beijando, acompanhado da seguinte frase: “Reaja à violência racial: beije sua preta em praça pública”, propagando, assim, ideias de resistência negra, afeto e relacionamentos afrocentrados.



Essas movimentações, como dito anteriormente, sempre fizeram parte da estratégia de sobrevivência da população negra em todos os cantos do Brasil, por meios institucionalizados ou não. Ao lembrarmos das escolas de samba, dos terreiros de religiões de matriz africana, dos clubes negros, da capoeira, dos movimentos negros, das associações negras, das pastorais negras da Igreja Católica, das setoriais negras de partidos políticos e sindicatos, dentre outras tantas instituições negras e organizações da sociedade civil, é impossível não terem experiências comunicacionais em suas trajetórias, tendo que se conectar com diferentes setores da sociedade, desde entidades religiosas até o poder público, a opinião pública.

A necessidade de organização e a luta pela sobrevivência fizeram com que a população negra, em suas diferentes formas de resistência, em seus mais diferentes períodos e territórios, ousasse e inovasse na utilização das estratégias comunicacionais.

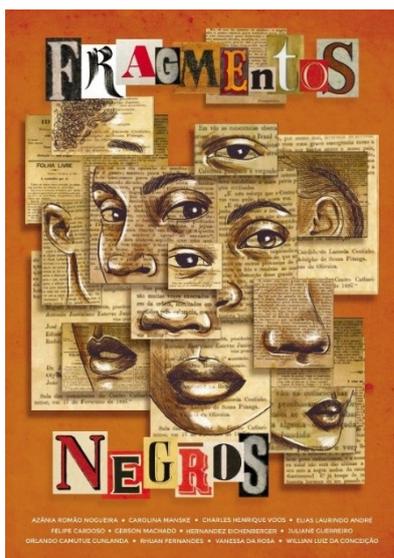
Em Santa Catarina, movimentos históricos como o Núcleo de Estudos Negros (NEN), de Florianópolis, são um exemplo da utilização variada da comunicação ao longo de seu período de existência, acompanhando, inclusive, os avanços tecnológicos de cada época, se adaptando as mudanças de suas dinâmicas de atuação e de conexão com o público com quem tinham o objetivo de dialogar (Fernandes e Cardoso, 2023).

Ainda em Santa Catarina, em 2016, os movimentos negros do estado se reuniram para a Marcha da Negritude Catarinense, cujo lema era “Existimos e resistimos”, como forma de demonstrar a existência negra no estado que se tenta promover como totalmente branco e de origem exclusivamente europeia. A comunicação utilizada como forma de tensionar tal discurso hegemônico e ampliar o debate sobre a contribuição afro-brasileira para o estado catarinense.



Fonte: Marcha da Negritude Catarinense Disponível em: https://www.facebook.com/media/set?set=a.308879389449615&type=3&locale=pt_PT

Esses métodos de contranarrativas também estão presentes na literatura, nas artes, nas pesquisas e produções acadêmicas e científicas, demonstrando a variedade de estratégias de resistência utilizadas pela população negra, ao colocar suas vozes, seus discursos e saberes de diferentes formas e diferentes locais como forma de manutenção de suas vidas, de seus saberes e culturas.



Um exemplo é o livro “Fragmentos Negros – perspectivas sobre a presença negra em Joinville/SC” (Cardoso *et al.*, 2022), organizado pelo Movimento Negro Maria Laura (MNML), escrito com o intuito de reunir pesquisas sobre a presença negra na cidade, bem como para “concentrar e citar as pesquisas realizadas sobre a temática em um só lugar que pudesse orientar futuros pesquisadores a encontrar informações, dados e reflexões sobre a população negra na cidade” (Cardoso e Fernandes, 2023, p. 6), contribuindo para o combate à invisibilização, ao mito fundador e à história única (Adichie, 2019) que sustenta a falácia de que a cidade de Joinville (SC) é unicamente germânica.

Na perspectiva de outras abordagens comunicativas que provoquem alterações no discurso hegemônico e no senso comum é que surge, por exemplo, na área da comunicação, mais precisamente na Publicidade e Propaganda, o chamado para uma publicidade contraintuitiva que, segundo Leite (2011, p. 231), consiste em

um discurso contranarrativo, no sentido articulado por Bhabha (2003) no que tange ao aspecto subversivo de apresentar nos espaços da cultura da mídia “outras/novas” alternativas discursivas para enredar a representação das minorias sociais: desse modo, essa iniciativa do campo publicitário possibilita a expressão democrática e digna.

Ou seja, garantir que grupos historicamente estigmatizados possam ocupar novos espaços e vivenciar situações de maior reconhecimento e valorização social – especialmente em ambientes da comunicação publicitária nos quais antes não tinham acesso –, além de incentivar que essas representações sejam ampliadas e reproduzidas em diferentes contextos (Leite, 2011).

Desse modo, é possível considerar que comunicação é poder e, portanto,

Ao serem apropriadas por grupos estigmatizados e utilizados como estratégia para a busca de emancipação são capazes de promover movimentações nas estruturas sociais constituídas e cristalizadas em nossa sociedade. A invisibilidade e o silenciamento de tais grupos ajudam a manter o *status quo*, a manutenção do poder dos grupos dominantes e historicamente privilegiados (Cardoso e Fernandes, 2023, p. 11).

Nessa dialética entre dominação e resistência, aqui apresentada por meio da discussão racial, a comunicação é utilizada de maneira estratégica entre grupos hegemônicos e grupos marginalizados, exigindo graus de compreensão e interpretação dos discursos, para notar suas nuances, sofisticções e atualizações para a geração de sentidos dos receptores, tendo como objetivos a manutenção monopolista do poder ou sua completa democratização, de maneira radicalizada, a depender da intencionalidade de cada grupo.

Como perspectivas, apontam-se as diversas possibilidades para o enfrentamento à manutenção do *status quo*, demonstrando caminhos que podem ser percorridos para a busca da justiça racial e social em diferentes setores da sociedade.

Possibilidades – Dicas de assessoria de imprensa

A assessoria de imprensa tem um papel fundamental para o fazer comunicativo, dentro da área do jornalismo ou das relações públicas, pois visa constituir e manter uma imagem positiva de empresas, organizações ou pessoas perante o público e a mídia. Tem como principal função gerar e fortalecer o relacionamento com jornalistas e criar mídia de maneira espontânea, com o intuito de construir pontes entre a fonte de informação e os veículos de informação.

É, portanto, papel da assessoria de imprensa: construir relacionamentos, produzir conteúdo, gerenciar crises, *media training*, monitorar notícias, planejar estrategicamente, gerenciar a visibilidade, credibilidade e reputação.

Construir relacionamento consiste em estabelecer e manter contato com jornalistas e veículos de comunicação, buscando sempre oportunidades de divulgação. Para isso, é preciso criar e divulgar conteúdos e comunicados de imprensa, como artigos e publicações, dentre outros materiais que sejam relevantes para a imprensa e para o público. Um exemplo, são os *releases*, com informações sobre os eventos respondendo as perguntas: “O que? Quando? Onde? Por que?”, visando repassar todas as informações necessárias sobre a ideia, o conteúdo, as atrações e serviços que serão ofertados, para atrair o interesse do divulgador e, principalmente, do público. Desses *releases* podem surgir, além de matérias escritas em portais de emissoras, entrevistas, coberturas no dia do evento, dentre outros materiais comunicativos. Por isso, é importante elaborar um bom *release*; mas, antes de tudo, criar um bom relacionamento com os jornalistas de sua cidade e região.

Saber lidar com crises, ainda mais em tempos de mídias sociais, é essencial para estar pronto para agir na prevenção e gestão delas, a fim de conseguir minimizar os impactos negativos na imagem da empresa, organização ou da pessoa em questão. Estar preparado e atento para possíveis imprevistos, e estar sempre disposto a cuidar da imagem, é fundamental para continuar tendo um bom relacionamento com a mídia e com o público.

Opte sempre em falar a verdade e fazer com que as pessoas se sintam à vontade para se comunicar e construir em conjunto com a instituição ou pessoa. Quando o público está por dentro da sua rotina e de seu modo de conduzir seu negócio, encontrando transparência e diálogo aberto, dificilmente surgirão momentos de crises; porém, mesmo que surjam, você terá maior abertura para dialogar e apresentar seu posicionamento.

Credibilidade e confiança levam tempo para serem construídas; mas, se bem preservadas, contribuem para a manutenção e continuidade de seu trabalho, mesmo em momentos de dificuldades.

Uma das estratégias de construção de relacionamento que está sendo muito utilizada, especialmente por artistas e atletas, é o *media training*, que, objetivamente, tem a intenção de preparar porta-vozes para entrevistas e aparições na mídia, para que a mensagem da instituição ou pessoa, seja transmitida de maneira objetiva, clara e com eficácia. Estar preparado para lidar com a imprensa e com a opinião pública é importante não só para construir relacionamento, mas para prevenir ou gerenciar períodos de crises, como visto anteriormente. Portanto, vale o estudo e a preparação de pessoas que irão lidar diretamente com essas áreas, para estarem capacitadas para a função.

Outro papel da assessoria de imprensa é o monitoramento de notícias, principalmente das notícias que tenham relação direta ou indireta sobre a área de atuação da empresa, organização ou pessoa. Esse trabalho permite, por exemplo, a antecipação e a prevenção de uma possível crise, como também a possibilidade de oportunidades para o negócio. Além disso, ajuda na formulação do planejamento estratégico, que é essencial para desenvolver e implementar as estratégias que serão utilizadas para atingir os objetivos traçados pela instituição ou pessoa. O planejamento serve para ser seguido e constantemente revisado, para saber o que deu certo e o que deve ser melhorado, para manter a atividade exercida com qualidade e em sintonia com o público.

Tudo isso faz a assessoria de imprensa ser essencial para diversas atividades e serviços prestados, de pequenos a grandes negócios. Ter uma boa comunicação e uma boa relação com comunicadores é fundamental para o sucesso da sua atividade. E, pensando em produtores culturais e comunicadores antirracistas, ter uma boa assessoria de imprensa permite estimular, por meio da curiosidade, de novas descobertas e novas histórias, que os meios de comunicação prestem atenção nas produções que estão sendo feitas por esse viés.

Por sofrer com a invisibilidade e com o descaso, várias histórias e culturas africanas e afrobrasileiras são muitas vezes descartadas ou desconsideradas, não sendo pesquisadas pelos comunicadores. Por isso, se você tem um projeto que aborda a temática, é fundamental utilizar dessas estratégias, ou contratar especialistas da área para que possam auxiliar nessa função. Com um bom serviço de assessoria, sua temática atrairá jornalistas por meio da curiosidade, para entender mais do assunto, para gerar debates, para apresentar algo novo, para chamar a atenção dos espectadores.

A assessoria de imprensa permite, então, o aumento da visibilidade na mídia, podendo alcançar um público mais amplo do que apenas as divulgações nas mídias sociais. Também, a depender da mídia escolhida a ser divulgada, o seu negócio vincula-se com a credibilidade construída pelo veículo divulgador, além de passar confiança ao público por não ser uma publicidade paga. Essa movimentação permite a consolidação da reputação da instituição ou pessoa, passando uma imagem positiva, fortalecendo o relacionamento com o público, além de ampliar o alcance, levando sua produção para novas pessoas.

Diante disso, pensando em algumas dicas para comunicadores e produtores culturais antirracistas, sugerimos:

- Contratar e valorizar profissionais negros e indígenas;
- Ampliar o leque de fontes e histórias a serem contadas;
- Visitar redações de jornais, apresentar-se, trocar contato com jornalistas;
- Preparar *mailing* para envio de e-mails e, se possível, trocar *whatsapp* com jornalistas;
- Destacar conquistas e protagonismo nas divulgações;
- Incentivar a diversidade nas redações;
- Monitorar e combater a desinformação;
- Assessorar clientes com consciência e responsabilidade;
- Criação dos próprios veículos de comunicação: jornais negros, rádios comunitárias, web rádios, televisões comunitárias, dentre outros;

Essas são algumas das diversas dicas possíveis para assessoria de imprensa, tanto para comunicadores e gestores que já atuam no mercado quanto para produtores culturais que almejam divulgar seus projetos. A assessoria antirracista valoriza profissionais negros e amplia fontes para além das pautas raciais, destacando conquistas e protagonismo em outras áreas e setores da sociedade. Ela promove formação para comunicadores, especialmente jornalistas e relações públicas, combate a desinformação e apoia a diversidade nas redações, trabalhando com clientes comprometidos para fortalecer uma comunicação justa e representativa.

Possibilidades – Práticas antirracistas para mídias sociais e projetos culturais

Vivemos uma era marcada pela digitalização de praticamente todas as dimensões da vida, em que o ambiente virtual espelha, inclusive, as desigualdades estruturais da sociedade. O livro *Colonialismo Digital*, de Deivison Faustino e Walter Lippold, contribui para essa compreensão, ao articular as relações históricas entre eurocentrismo, colonialismo, racismo e capitalismo, desvelando como essas forças moldaram não apenas o mundo físico, mas também a arquitetura das tecnologias que utilizamos na atualidade. A cosmovisão eurocêntrica que forjou os alicerces do colonialismo tradicional é agora reatualizada em uma nova frente: o colonialismo digital.

As principais plataformas digitais — como Google, Meta (Facebook e Instagram), TikTok e Amazon — são oriundas do norte global e foram concebidas a partir de perspectivas coloniais, brancas e capitalistas. Em países como o Brasil, cuja história é marcada por séculos de escravidão e exclusão racial, a adoção dessas plataformas ocorre de maneira assimétrica. Não apenas consumimos conteúdos e serviços pensados fora de nossa realidade, mas também entregamos dados pessoais, históricos e estilos comportamentais a sistemas que não nos têm como referência, mas como objetos.

Esse desequilíbrio se manifesta de diversas formas. O *racismo algorítmico* é uma das mais perversas. Algoritmos são, na prática, programados a partir de bases de dados contaminadas pelo racismo estrutural. Exemplo disso são buscas no Google por termos como “pessoas bonitas”, que, majoritariamente, exibem pessoas brancas; ou, o reconhecimento facial, que falha desproporcionalmente com pessoas negras, levando a prisões injustas⁴.

Há, ainda, filtros de imagem que embranquecem a pele, associações racistas entre termos como “pobreza” e pessoas negras, e plataformas de contratação que excluem ou escondem currículos com base em padrões discriminatórios. Usuários e influenciadores negros também denunciam a redução do alcance e até a desmonetização de vídeos que tratam ou não de racismo, mas que tenham pessoas negras como protagonistas⁵, configurando uma certa censura algorítmica.

Paralelamente, a chamada *uberização* do trabalho, simbolizada por plataformas como Uber, iFood e Amazon, também reatualiza lógicas coloniais de exploração no

⁴ Nos erros de reconhecimento facial, um “caso isolado” atrás do outro (Piauí). Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/nos-erros-de-reconhecimento-facial-um-caso-isolado-atras-do-outro/>

⁵ Influenciadores negros denunciam racismo em algoritmo nas redes sociais (Jornalismo TV Cultura). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=unTExNn2SCQ>

Brasil. Tais plataformas que visam, por meio da ideologia, que trabalhadores precarizados se identifiquem e se assimilem de maneira profunda como empreendedores, operam ofertando serviços desprovidos de direitos básicos, como férias, aposentadoria, décimo terceiro e cobertura em casos de acidente.

Tal movimentação gera grandes lucros para as plataformas ao não estabelecer qualquer dependência ou ligação entre esses trabalhadores e a empresa evitando, assim, com que se tenham gastos e regulações trabalhistas nessa relação. Esses trabalhadores continuam pagando impostos direta e indiretamente, mas não recebem a contrapartida em proteção social.

Essa realidade atinge, com mais força, a população negra, que já sofre com as desigualdades históricas no acesso ao mercado de trabalho. Essa lógica de precarização avança para outros setores da sociedade, como os serviços públicos, em que funções antes estáveis como, por exemplo, a cozinha, os serviços gerais e a zeladoria de escolas e hospitais, são terceirizadas, via poder público, contratam-se empresas privadas para esses serviços antes desempenhados por pessoas concursadas. Essa atualização causa a diminuição do número de trabalhadores contratados pela empresa privada que, objetivamente, pensa no lucro, gerando sobrecarga e ofertando baixos salários aos seus funcionários. Além disso, permite-se, com mais facilidade, casos de corrupção.

Dessa forma, a precarização do trabalho e a sua lógica *uberizada* da plataformização, respaldada pela ideologia neoliberal do sistema capitalista, vai ganhando corpo e espaço em todas as áreas e setores da sociedade, mudando dinâmicas sociais, culturais, políticas e econômicas. Essas dinâmicas não são desconexas. Comunicação, trabalho, dados e representação racial estão profundamente entrelaçados. Empresas de tecnologia, com quadros majoritariamente brancos, não apenas reproduzem, como reforçam os vieses discriminatórios que estruturam a sociedade.

É por isso que não basta apenas denunciar o *racismo algorítmico*: é preciso cobrar das plataformas posicionamentos concretos e mudanças efetivas⁶. A resistência das *big techs* à regulamentação, como evidenciado na atuação contra legislações brasileiras e em suas articulações políticas, como na posse de Donald Trump, revela o quanto o lucro está acima do compromisso ético e coletivo.

⁶ “Legislação sem dentes”: regulamentação das plataformas digitais no Brasil está em vias de sucumbir aos interesses das big techs (Brasil de Fato). Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2025/05/29/legislacao-sem-dentes-regulamentacao-das-plataformas-digitais-no-brasil-esta-em-vias-de-sucumbir-aos-interesses-das-big-techs/>

No entanto, não se trata de demonizar o ambiente digital. Pelo contrário: é fundamental ocupar esse espaço, propor novas redes, outras arquiteturas e cosmovisões que rompam com a lógica colonial e racista vigente. Isso inclui incentivar a criação de plataformas baseadas em justiça social e racial, além de fortalecer o vínculo com sindicatos, organizações negras e movimentos sociais que lutam por dignidade digital e laboral para a construção coletiva de alternativas ao modelo hegemônico dominante.

Já, para as mídias digitais já existentes, para a utilização de uma comunicação antirracista, é fundamental que pessoas negras utilizem esses espaços para a promoção e efetivação da comunicação antirracista, de acordo com as suas realidades e experiências. Produção de conteúdos com protagonismo de pessoas negras, contação de histórias e culturas da população africana e afrobrasileiras, pesquisas feitas sobre esse segmento social que sirvam ao interesse público, dicas de culinária de tradições africanas e afrobrasileiras, fortalecimento de narrativas positivas da população negra, desconstrução de estereótipos, incentivo de pessoas negras a estudarem e se especializarem, denunciar casos de racismo.

São várias as possibilidades de promoção de uma comunicação antirracista para as mídias digitais e que podem ser perpetuadas e produzidas cotidianamente ou de acordo com o tempo disponível de cada pessoa. Falar sobre racismo, por exemplo; é necessário dar nome ao problema. Procurar não suavizar com palavras que possam transparecer uma ideia de suavização ou até mesmo de descaracterização da realidade. Racismo é crime e tem que ser tratado como tal. Com seriedade, responsabilidade e responsabilização das pessoas envolvidas.

Porém, também é fundamental produzir e divulgar conhecimentos sobre a cultura, ancestralidade, epistemologias e resistência negra com o objetivo de sempre fortalecer a luta, com o encorajamento do público receptor de que é possível mudar tal realidade, incentivando-os a se engajarem no antirracismo e adotarem outras posturas para combater o racismo estrutural em todas as instâncias de suas vidas. Também é essencial mostrar corpos pretos além da dor e do sofrimento, mas sem esquecer de se posicionar sempre que o racismo aparecer.

Um dos fatores determinantes para uma comunicação bem-sucedida é estar adequadamente inserida no digital. Espécie de campo minado para alguns profissionais, ou um dilema para outros, apresenta complexidades como a rápida mudança de tendências e, o principal: a necessidade de adaptação e atualização constantes por parte de autores de conteúdos, dos mais diversos. Essas dinâmicas podem causar sofrimentos psíquicos e

físicos quando não utilizadas corretamente. Por isso, reforçamos ser fundamental que se utilizem tais canais com responsabilidade e de acordo com a sua realidade de tempo para essa função. Preserve-se e comunique-se de acordo com as possibilidades da sua rotina.

Lembre-se: mudar essas dinâmicas e essas obrigаторiedades exigidas pelas plataformas e mídias digitais também fazem parte da luta antirracista. Criar outro tipo de relação com essas tecnologias é fundamental para convidar mais pessoas a pensarem sobre seus contatos com o mundo tecnológico, as relações sociais e culturais, as vantagens e desvantagens, para propormos, juntos, mudanças significativas e estruturais na nossa sociedade.

Possibilidades – Educação Antirracista para sala de aula

A Lei nº 10.639/2003 e a Lei nº 11.645/2008 representam marcos fundamentais na construção de uma educação mais justa no Brasil. Ambas alteram a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB), tornando obrigatória a inclusão da história e cultura africana, afrobrasileira e indígena nos currículos do ensino fundamental e médio, tanto em escolas públicas quanto privadas. Essas legislações buscam promover o reconhecimento das contribuições históricas desses povos na formação da sociedade brasileira, combatendo o racismo estrutural, fortalecendo identidades negras e indígenas, além de promover o respeito à diversidade étnico-racial.

Mais do que inserir datas comemorativas como o Dia da Consciência Negra (20 de novembro) no calendário escolar, essas leis exigem mudanças nos conteúdos e metodologias pedagógicas. As temáticas devem atravessar todas as disciplinas e atividades escolares, de forma transversal, e não se restringir a projetos pontuais apenas no mês de novembro. Essa abordagem busca romper com a lógica excludente dos currículos tradicionais, que historicamente invisibilizaram a presença negra e indígena nas ciências, nas artes, na política e em outros campos do saber.

Contudo, a efetiva implementação dessas leis enfrenta desafios estruturais. A necessidade da criação de uma legislação para tratar de algo que deveria ser natural na educação brasileira já levanta reflexões sobre o tratamento dado historicamente a esses segmentos sociais.

Soma-se a isso a ausência de formação específica para professores, a escassez de materiais didáticos adequados e a resistência de parte do corpo docente em lidar com a temática racial, seja por receio, falta de preparo ou manutenção de privilégios. Além disso, a exclusão dessa temática nos cursos de licenciatura reforça a lacuna na formação de

novos educadores, mantendo currículos pouco representativos, atrativos e provocativos para a aplicação das leis por novos profissionais que ocuparão as salas de aula.

Outro entrave recorrente é a prática de relegar a discussão racial a determinadas pessoas, geralmente educadores negros, ou restrito a poucas disciplinas como História, Sociologia, Filosofia e Artes. Tal isolamento impede a construção de uma abordagem verdadeiramente interdisciplinar e coletiva. Também, há desconforto e resistência de profissionais que não desejam sair da zona de conforto, reforçando a ideia equivocada de que educação antirracista é militância e não obrigação ética respaldada pela Constituição Federal (1988).

Apesar dessas barreiras, muitos educadores e movimentos sociais negros têm desenvolvido experiências criativas para colocar essas leis em prática, mostrando que é possível articular conhecimento, cultura e identidade negra e indígena em sala de aula de maneira transformadora. Os exemplos incluem:

- Estudo de ângulos a partir dos movimentos da capoeira;
- Estudo de probabilidade utilizando os búzios das religiões de matriz africana;
- Exploração de ondas sonoras por meio de instrumentos africanos;
- Danças, jogos e brincadeiras africanas, afrobrasileiras e indígenas;
- Rodas de conversa, debates, exposições de artes e feiras gastronômicas com temáticas africanas, afrobrasileiras e indígenas;
- Oficinas de tranças e turbantes;
- Leituras e declamações de poetas e escritores negros e indígenas;
- Pesquisa e estudos sobre personalidades negras e indígenas em diferentes áreas;
- Entrevistas com pessoas idosas da família como recurso para trabalhar memória e ancestralidade;
- Produção de cadernos, artigos, livros e documentários sobre cultura africana, afrobrasileira e indígena;
- Uso de literatura, música, cinema e demais expressões culturais negras e indígenas como recursos pedagógicos.

Essas e outras ações devem ter como perspectivas de abordagem o reconhecimento de outros saberes como legítimos, como os saberes das religiões de matriz africana, das comunidades quilombolas, dos povos indígenas, da capoeira, dentre tantos outros que contribuem para valorizar a oralidade, a memória coletiva e a resistência ancestral. Além

disso, devem evidenciar a importância da atuação do movimento negro na manutenção desses saberes e na luta contra a invisibilidade científica e acadêmica das populações negras.

Faz-se urgente garantir formação continuada de maneira remunerada para educadores, bem como incentivar a presença de intelectuais negros nos espaços de pós-graduação (mestrado e doutorado), a fim de romper com a epistemologia eurocêntrica dominante e incentivar o acesso de mais professores e professoras negras às universidades brasileiras, propondo novas abordagens e metodologias.

É fundamental os educadores e agentes culturais antirracistas buscarem conhecer, com profundidade, os territórios onde estão atuando ou irão atuar, para traçar estratégias e saber como adaptar a linguagem a diferentes contextos e faixas etárias, e articular ações presenciais com redes sociais.

A comunicação, nesse sentido, torna-se uma ferramenta vital de resistência, memória, educação e mobilização, capaz de expressar, preservar e transformar realidades. Planejar a comunicação para a sala de aula e para além das salas de aula permite traçar estratégias importantes para fortalecer o diálogo com comunidades diversas e aplicar diferentes atividades e ações em vários territórios.

Em suma, implementar de fato as Leis 10.639/03 e 11.645/08 é mais do que cumprir uma exigência legal: é construir uma escola comprometida com a justiça social e racial, com a valorização da pluralidade e com a formação de cidadãos conscientes de sua história, identidade e papel na transformação do país.

Considerações finais

Este e-book sintetiza um caminho de escuta, reflexão e construção coletiva, nascido da urgência em enfrentar, por meio da comunicação, as estruturas racistas que sustentam desigualdades históricas no Brasil. Ao longo dos capítulos, evidenciamos que a comunicação não é neutra: é território de disputa simbólica, de produção de imaginários, de hierarquias por meio de estereótipos, de construção de subjetividades e de manutenção ou possibilidades de rupturas.

A imagem da população negra foi e continua sendo utilizada pelos meios de comunicação para reforçar estigmas, inferiorizações e estereótipos. Porém, essa mesma comunicação tem sido ferramenta de resistência, organização, memória e enfrentamento. Da imprensa negra à arte, das redes sociais às salas de aula, das assessorias de imprensa às

campanhas contraintuitivas, as vozes negras seguem criando brechas, tensionando discursos e construindo novas narrativas.

É preciso compreender que combater o racismo na comunicação não se resume a campanhas pontuais ou inclusão superficial. Trata-se de um compromisso estrutural, ético e político com a justiça racial, com a reparação histórica e com a valorização das epistemologias negras e indígenas. Trata-se de reconhecer que não basta representar: é necessário redistribuir poder, protagonismo e espaço.

Este material é, portanto, um convite à ação: que comunicadores, educadores e produtores culturais compreendam sua responsabilidade diante da história e do futuro que desejamos construir. Um futuro em que a comunicação seja, de fato, ferramenta de emancipação e transformação social.

Seguimos juntos e juntas, na escuta, na palavra e na luta. Porque nossas vozes negras importam. E elas continuarão a ecoar com potência, presença e propósito.

Referencial teórico

ADICHIE, Chimamanda Ngozi. **O perigo de uma história única**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

BATISTA, Leandro Leonardo; LEITE, Francisco (orgs). **O negro nos espaços publicitários brasileiros: perspectivas contemporâneas em diálogo**. São Paulo: ECA USP, 2011. Disponível em:
<https://www.livrosabertos.abcd.usp.br/portaldelivrosUSP/catalog/view/392/344/1403>

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: UFMG, 2003. Disponível em:
<https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/988/o/bhabha-homi-k-o-local-da-cultura.pdf>

CARDOSO, Felipe; FERNANDES, Rhuan Carlos; GUNLANDA, Orlando Afonso Camutue (orgs.). **Fragmentos negros: perspectivas sobre a presença negra em Joinville/SC**. São Paulo: Editora Pluralidades, 2022.

CARDOSO, Felipe; FERNANDES, José Carlos. **Estratégias comunicacionais do Movimento Negro Maria Laura (Joinville/SC): o livro Fragmentos Negros**. Belo Horizonte: 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2023. Disponível em:
https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/0815202320193964dc080baf74c.pdf

CONCEIÇÃO, Fernando. **Como fazer amor com um negro sem se cansar**. São Paulo: Terceira Margem, 2005.

DOMINGUES, Petrônio José. **Negros de alma branca? A ideologia do branqueamento interior da comunidade negra em São Paulo, 1915-1930**. Estudos Afro-Asiáticos, 2002.

Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ea/a/R3R8p7fSCzXwvDvJLjNkpQC/?format=pdf>

DOMINGUES, Petrônio. **Movimento negro brasileiro**: alguns apontamentos históricos. Rio de Janeiro: Tempo (UFF), vol. 23, 2007. Disponível em: www.scielo.br/j/tem/a/yCLBRQ5s6VTN6ngRXQy4Hqn/abstract/?lang=pt#

FAUSTINO, D.; LIPPOLD, W. **Que humano é esse das humanidades digitais?** Por uma crítica hacker-fanoniana ao fardo do nerd branco. Revista de Teoria da História, Goiânia, v. 26, n. 1, p. 120-143, 2023. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/teoria/article/view/76256>

FERNANDES, José Carlos; CARDOSO, Felipe. **A alteração da dinâmica comunicacional dos movimentos sociais com o advento da Internet**: uma breve análise de alguns movimentos negros de Santa Catarina. Ponta Grossa: Revista Internacional de Folkcomunicação, v. 21, n. 46, p. 126-143, 2023. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/21829/209209217823>

GOMES, Nilma Lino. **Alguns termos e conceitos presentes no debate sobre relações raciais no Brasil**: uma breve discussão. Educação antirracista: caminhos abertos pela Lei Federal nº 10.639/03. Brasília: Ministério da Educação, 2005. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/wp-content/uploads/2017/03/Alguns-termos-e-conceitos-presentes-no-debate-sobre-Rela%C3%A7%C3%B5es-Raciais-no-Brasil-uma-breve-discuss%C3%A3o.pdf>

LEITE, Francisco. Por outras expressões do negro na mídia: a publicidade contraintuitiva como narrativa desestabilizadora dos estereótipos. In: BATISTA, Leandro Leonardo; LEITE, Francisco (orgs). **O negro nos espaços publicitários brasileiros**: perspectivas contemporâneas em diálogo. São Paulo: ECA USP, 2011. Disponível em: <https://www.livrosabertos.abcd.usp.br/portaldelivrosUSP/catalog/view/392/344/1403>

MOURA, Clóvis. **Sociologia do Negro Brasileiro**. São Paulo: Ática, 1988. Disponível em: <https://contrapoder.net/wp-content/uploads/2021/05/Sociologia-do-Negro-Brasileiro-Clovis-Moura.pdf>

VASCONCELOS, Sergio Sezino Douets. **Igreja Católica e a escravidão no Brasil Colônia**: uma abordagem cultural. Natal-RN: XXVII Simpósio Nacional de História (ANPUH), 2013. Disponível em: <https://snh2013.anpuh.org/resources/pe/anais/encontro5/04-rep-sociais/Artigo%20de%20Sergio%20Douets.pdf>

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Lei nº 10.639 de 9 de janeiro de 2003. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/110.639.htm

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Lei nº 11.645 de 10 de março de 2008. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/111645.htm

ROSA, Vanessa da. **A invisibilidade da mulher negra em Joinville**: formação e inserção ocupacional. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2006.

Disponível em:

<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/88821/228723.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

SILVA, Marcio Antônio Both da. **Lei de Terras de 1850**: lições sobre os efeitos e os resultados de não se condenar “uma quinta parte da atual população agrícola”. São Paulo: Revista Brasileira de História, v. 35, nº 70, p.87-107, 2015. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbh/a/FmYs48dr3PBSQ9JxhrG5ckK/?format=pdf&lang=pt>

Sobre os autores:

Felipe Cardoso – Publicitário, formado pela Faculdade IELUSC. Mestre e doutorando em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Militante e fundador do Movimento Negro Maria Laura. Idealizador e fundador o Cursinho Popular Pré-vestibular Inserção e do pré-pós inserção. Organizador do livro “Fragmentos Negros – perspectivas sobre a presença negra em Joinville/SC”. E-mail: flpcardosooo@gmail.com

Shayene Ferreira de Jesus – Mestranda em Comunicação (UFPR). Agente cultural e ativistas antirracista. E-mail: shayimprensa@gmail.com

Kenson Koskur Coelho – Graduando de Jornalismo (UFPR) - bailarino de hip-hop, produtor audiovisual, cronista e ativista do movimento negro. E-mail: kensonckoskur@gmail.com

Juliana Barbosa de Carvalho – Graduanda de Relações públicas (UFPR) - Trabalho de mídias, comunicação, audiovisual e ativista negra. E-mail: julianacarvalhobarbosaj@gmail.com