



UNIVERSIDADE  
ESTADUAL DE LONDRINA

---

TAMIRIS DA ANUNCIÇÃO SANTOS

**SER RACISTA ESTÁ FORA DE MODA:  
A ERA DA REPRESENTATIVIDADE CAPITALIZADA E AS  
NOVAS FORMAS DO RACISMO NO BRASIL**

---

Londrina  
2025

TAMIRIS DA ANUNCIAÇÃO SANTOS

**SER RACISTA ESTÁ FORA DE MODA:  
A ERA DA REPRESENTATIVIDADE CAPITALIZADA E AS  
NOVAS FORMAS DO RACISMO NO BRASIL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Estadual de Londrina, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Manoel Dourado Bastos.

Londrina  
2025

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de  
Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UEL

Santos, Tamiris da Anunciação.

Ser racista está fora de moda: as novas formas do racismo no Brasil / Tamiris da Anunciação Santos. - Londrina, 2025. 100 f., il.

Orientador: Manoel Dourado Bastos

Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Estadual de Londrina, Centro de Educação Comunicação e Artes, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2025.

Inclui bibliografia.

1. Racismo Estrutural. 2. Comunicação e Racismo. 3. Enfim, a Representatividade Capitalizada. I. Santos, Tamiris Da Anunciação. II. Universidade Estadual de Londrina. Centro de Educação, Comunicação e Artes. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. III. Ser racista está fora de moda: as novas formas do racismo no Brasil.

CDU 070

TAMIRIS DA ANUNCIAÇÃO SANTOS

**SER RACISTA ESTÁ FORA DE MODA:  
A ERA DA REPRESENTATIVIDADE CAPITALIZADA E AS  
NOVAS FORMAS DO RACISMO NO BRASIL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Estadual de Londrina, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Comunicação.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Orientador: Prof. Dr. Manoel Dourado Bastos  
Universidade Estadual de Londrina - UEL

---

Prof. Dr. Rodolfo Rorato Londero  
Universidade Estadual de Londrina - UEL

---

Prof. Dr. Ruy Sardinha Lopes  
Universidade de São Paulo - USP

Londrina, 16 de setembro de 2025.

## **AGRADECIMENTOS**

Este é um trabalho de uma vida, fruto do suor de inúmeras mãos.

Uma semente que tive a honra de germinar em meu coração, mas que só foi possível crescer e se desenvolver graças à garra daqueles que vieram antes de mim e que tinham resiliência e força como DNA.

Graças às orações da minha mãe, que me sustentam e não me deixam tirar os olhos do futuro que a vida tem para mim.

Graças ao trabalho árduo do meu pai, que nunca deixou de cuidar de mim. Graças ao amor dos meus avós.

Graças ao carinho das minhas irmãs.

Graças ao companheirismo, lealdade e amor do meu marido.

E por fim, graças aos familiares que direta ou indiretamente me ajudaram a entender quem sou no mundo e sempre me receberam de ouvidos e coração abertos para perguntas pretensiosas a respeito do passado.

Aos amigos, que sempre acreditaram que eu era capaz.

E ao meu orientador, Manoel Dourado Bastos que tem me guiado nesta jornada do conhecimento desde 2018.

“Os homens fazem sua própria história,  
mas não a fazem como querem”.

(Karl Marx)

SANTOS, Tamiris da Anunciação. **Ser racista está fora de moda:** a era da representatividade capitalizada e as novas formas do racismo no Brasil. 2025. 95 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Estadual de Londrina (UEL), Londrina, 2025.

## RESUMO

Este trabalho tem como base os pressupostos da Economia Política da Comunicação (EPC), onde a partir dela, desenvolvemos argumentos que visam aproximar comunicação e racismo, ao investigar os mecanismos de permanência e transformação do racismo no Brasil. Não só compreendemos o racismo como parte constitutiva do desenvolvimento político e econômico do país, como problematizamos os limites da noção de racismo estrutural. Ao final desse percurso, chegamos ao conceito de representatividade capitalizada como uma nova esfera da relação entre capital, Indústria Cultural e público. O conceito busca demonstrar como o capitalismo contemporâneo transforma a representatividade de grupos historicamente marginalizados, sobretudo de pessoas negras, em mercadoria, neutralizando contradições inerentes ao funcionamento do sistema e transferindo responsabilidades que seriam do Estado e do capital para o âmbito individual.

**Palavras-chave:** Comunicação; Racismo; Economia Política da Comunicação; Representatividade Capitalizada.

SANTOS, Tamiris da Anunciação. **Being racist is out of fashion: the era of capitalized representation and the new forms of racism in Brazil.** 2025. 95 p. Dissertation (Master's in Communication) – State University of Londrina (UEL), Londrina, 2025.

### **ABSTRACT**

This work is based on the assumptions of the Political Economy of Communication, from which we develop arguments that seek to bring communication and racism closer together by investigating the mechanisms of persistence and transformation of racism in Brazil. We not only understand racism as a constitutive part of the country's political and economic development but also problematize the limits of the notion of structural racism. At the end of this trajectory, we arrive at the concept of capitalized representativity as a new sphere in the relationship between capital, the Culture Industry, and the public. This concept seeks to demonstrate how contemporary capitalism transforms the representativity of historically marginalized groups, especially Black people, into a commodity, neutralizing contradictions inherent to the functioning of the system and transferring responsibilities that should belong to the State and to capital into the individual sphere.

**Key-words:** Communication; Racism; Political Economy of Communication; Capitalized Representativity.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> - Quadro A Redenção de Cam do artista Modesto Brocos y Gómez (1895) .....	25
<b>Figura 2</b> - Esquema representativo da Forma Comunicação e das funções da Indústria Cultural .....	37
<b>Figura 3</b> - Esquema representativo da Forma Comunicação e Racismo como forma .....	39
<b>Figura 4</b> - Diagrama Uso da Imagem dos Negros como Estratégia Mercadológica.....	46
<b>Figura 5</b> - Personagens Cigano e Rita na novela Senhora do Destino (2004).....	50
<b>Figura 6</b> - Personagens Sol e Ben de Vai na Fé (2023).....	51
<b>Figura 7</b> - Dona Benta e Tia Nastácia (personagens do Sítio do Pica Pau Amarelo).....	56
<b>Figura 8</b> - Comparação entre protagonistas da novela Vale Tudo exibida pela Rede Globo em 1988 e reexibida em 2025 (Bella Campos e Tais Araujo x Regina Duarte e Glória Pires) .....	64
<b>Figura 9</b> - A atriz Bella Campos como Maria de Fátima, personagem do remake da novela Vale Tudo entra em trend viral do “morango do amor” na rede social Instagram.....	67
<b>Figura 10</b> - Esquema representativo das funções publicidade, propaganda e programa com a inserção da representatividade capitalizada .....	76
<b>Figura 11</b> - Personagens Orlando (Diogo Almeida) e Marê (Camila Queiroz) em 'Amor perfeito' .....	78
<b>Figura 12</b> - Casal Daphne e Duque de Hastings da série Bridgerton.....	79
<b>Figura 13</b> - Personagem Lady Danbury de Bridgerton .....	80
<b>Figura 14</b> - Personagem Rainha Charlotte na juventude e velhice .....	80

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1 -</b> Especificidades da Publicidade Contrainstitiva .....	42
--	----

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>09</b>
<b>2</b>	<b>O QUE É RACISMO NO BRASIL?</b> .....	<b>13</b>
<b>2.1</b>	<b>O racismo é estrutural?</b> .....	<b>14</b>
<b>2.2</b>	<b>A forma social escravista</b> .....	<b>25</b>
<b>2.3</b>	<b>O racismo no brasil é natural?</b> .....	<b>30</b>
<b>3</b>	<b>COMUNICAÇÃO E REPRESENTAÇÃO</b> .....	<b>35</b>
<b>3.1</b>	<b>A publicidade contraintuitiva</b> .....	<b>41</b>
<b>3.2</b>	<b>Imagens de controle</b> .....	<b>48</b>
<b>3.3</b>	<b>EPC e representação</b> .....	<b>59</b>
<b>4</b>	<b>ENFIM, A REPRESENTATIVIDADE CAPITALIZADA</b> .....	<b>63</b>
<b>4.1</b>	<b>Follow the money</b> .....	<b>70</b>
<b>4.2</b>	<b>A representatividade capitalizada e o trabalho</b> .....	<b>81</b>
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>87</b>
<b>6</b>	<b>REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>92</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Ao analisar o racismo estrutural a partir da Economia Política da Comunicação é necessário reconhecer que a relação entre raça, capitalismo e comunicação ainda é pouco explorada. A partir do objeto particular do racismo no Brasil, este trabalho busca estabelecer pontes entre perspectivas teóricas que tratam da questão racial e a tradição crítica da Economia Política da Comunicação (EPC), como vem sendo trabalhado na Universidade Estadual de Londrina pelo grupo de pesquisa CUBO. A leitura proposta dialoga, de forma cuidadosa, com o trabalho de Silvio de Almeida, cuja formação está vinculada à tradição da EPC brasileira, ainda que sua abordagem integre elementos que nem sempre convergem com facilidade — como a teoria althusseriana dos aparelhos ideológicos e a derivação do Estado.

Não se trata, aqui, de questionar ou superar esse arcabouço, mas de compreender seus limites e potencialidades para pensar o racismo enquanto estrutura material, ideológica e relacional que sustenta as relações sociais no capitalismo periférico. A partir disso, autores como Muniz Sodré, Dennis de Oliveira e Lélia Gonzalez serão mobilizados para enriquecer o debate, permitindo que a EPC seja tensionada e, ao mesmo tempo, ampliada em sua capacidade de compreender como a comunicação participa da reprodução do racismo e do capitalismo no Brasil.

A EPC ainda não se constitui como o principal subcampo teórico da comunicação dedicado ao estudo das articulações entre comunicação e racismo. Pelo contrário, os textos clássicos da EPC não deram atenção à questão, nem mesmo marginalmente. Só mais recentemente, com a criação de um Grupo de Trabalho dedicado aos “Estudos Críticos sobre identidade, gênero e raça” na principal associação do subcampo no Brasil, a então Ulepicc-Brasil (União Latina de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura), que a partir de 2024 passou a se chamar Sociedade de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura, podemos dizer que um debate sobre o racismo no âmbito da EPC vai começando a se consolidar. Esse é, por exemplo, o vetor dos argumentos trazidos por Ivonete Silva Lopes e Paulo Victor Melo (2020) em seu estudo recente sobre as possibilidades de articulação entre EPC e as discussões sobre raça e racismo. Isto posto, acredito que a contribuição conceitual trazida pela

EPC, é significativamente importante para desenvolver uma argumentação crítica sobre Comunicação e Racismo.

A EPC mantém os pressupostos de que o desenvolvimento das forças produtivas são fundamentais para se entender as relações de produção capitalista, próprios da Economia Política, e ao que se refere à comunicação propriamente dita, a EPC se coloca como mais uma alternativa mediante as teorias da comunicação, sendo seu principal aspecto entender a Indústria Cultural como um elemento de mediação dentro do capital.

Assim, a EPC se apresenta como alternativa no interior do conjunto das teorias da Comunicação existentes, todas elas destinadas a explicar de alguma maneira o problema da mediação social. A EPC tem tratado do problema particularmente ao estudar a Indústria Cultural, a estrutura de mediação social característica do capitalismo do século XX, mas não apenas. A mediação social deve ser entendida como um processo duplo, envolvendo elementos de ordem político-institucional, de um lado, e psicológico-cognitivo, de outro. As teorias da Comunicação, ao longo da sua história, têm se dedicado simultânea ou alternativamente a estudar esses aspectos da mediação, munidas de ferramentas em geral herdadas de diferentes tradições intelectuais, da economia à sociologia e à antropologia, passando pelas teorias da linguagem, dos sistemas, pela informática, as telecomunicações, as artes. Também a EPC trata de articular várias dessas ferramentas sobre a base da crítica da economia política e do materialismo histórico e dialético (BOLAÑO E BASTOS, 2020, p.178).

No primeiro capítulo deste trabalho, à primeira vista, o leitor pode ter uma sensação de estranhamento, já que as primeiras páginas são dedicadas a uma história — história que servirá como pano de fundo para as contextualizações teóricas que serão feitas. Toda a dissertação está envolta na história de uma família afro-brasileira de origem mineira, cujo a matriarca completou 100 anos em 2025. Ao contrário do que se possa parecer, o objetivo com o formato de conteúdo proposto é dizer de forma lúdica que o racismo no Brasil não é uma questão óbvia e apesar das inúmeras elaborações teóricas acerca do tema racismo, ainda nos faltam argumentos para tratar de demandas cada vez mais complexas e atuais envolvendo o assunto.

Adotamos como método para essa dissertação, as estratégias da derivação das formas e da regulação que propõe Bolão (2015), assim como o método de pesquisa bibliográfica, que contribuiu para que construíssemos um arcabouço teórico com base em trabalhos recentes sobre o racismo no Brasil.

Não por acaso, o primeiro capítulo tem o objetivo de demonstrar quais são as principais articulações que escolhemos considerar sobre a questão racial no Brasil. Feito isso, chegamos aos autores que adotamos como base para as análises críticas que seguem: Silvio de Almeida, Dennis de Oliveira, Muniz Sodré e Lélia Gonzalez. Apesar de outros autores fazerem parte da construção desta primeira etapa, o levantamento bibliográfico realizado, teve como foco os autores que citamos acima e suas contribuições para os estudos sobre raça no Brasil. A partir dessas leituras em específico chegamos em pontos que se aproximam e outros que divergem completamente um do outro, mas que de forma geral, representam um esforço intelectual gigante para um tema tão complexo e necessário quanto o racismo no Brasil e caracterizam argumentos que se somam ao proposto pela EPC, permitindo argumentações robustas e potentes quanto à comunicação e racismo.

No segundo capítulo exploramos com mais profundidade os conceitos chave da EPC, qual a relação da comunicação com a questão racial no Brasil e como ela atua como forma social do capital. O objetivo do capítulo é demonstrar que a comunicação é uma parte fundamental do capital e do racismo (SANTOS, 2021), por isso, tornar novelas e anúncios publicitários mais diversos não resolve o problema, apenas modifica aspectos do funcionamento da Indústria Cultural (BOLAÑO, 2000). Nessa etapa, também damos início a análise sobre a representação de pessoas negras na mídia, tendo como base teórica conceitos como Imagens de Controle da socióloga Patricia Hill Collins (2019) e Publicidade Constraintuitiva do autor Francisco Leite (2018).

As imagens de controle, são mais do que estereótipos, são representações consolidadas na cultura ocidental que sustentam estruturas de poder, como por exemplo, a imagem da Mammy — A mulher negra submissa, cuidadora das famílias brancas, desprovida de desejos próprios e sempre disposta a servir. As imagens de controle vão além dos estereótipos absorvidos pela publicidade, são mecanismos mais complexos e que estão infiltrados nas relações sociais, não sendo possível reverter com o que Leite (2018), chama de publicidade constraintuitiva, uma expressão usada para nomear uma nova estratégia mercadológica que busca a ruptura com o que seria 'intuitivo', ou seja, o padrão excludente da comunicação publicitária tradicional.

Ao trazer conceitos que nos ajudam a entender diretamente questões de representação de minorias sociais na mídia, sobretudo de pessoas negras, dentro

do mercado publicitário e do audiovisual, caminhamos para a hipótese central deste trabalho: estamos diante da era da representatividade capitalizada.

O conceito da representatividade capitalizada tem exigido esforços da nossa parte desde o trabalho de conclusão de curso “A comunicação é um elemento do racismo estrutural? A relação entre comunicação e racismo sob o prisma da economia política da comunicação” (SANTOS, 2021), naquela época não foi possível avançar passos significativos, coube ao trabalho que estamos propondo nesta dissertação de mestrado, caminhar um pouco mais. Chegamos a alguns aspectos importantes no que diz respeito a essa nova fase da comunicação enquanto uma forma do capital racista, essas elaborações estão reunidas no terceiro capítulo deste trabalho, onde nosso foco central esteve em demonstrar o que é a representatividade capitalizada e como ela acontece na prática com base em exemplos de produções audiovisuais e pesquisas de mercado que apontam para o crescimento de um público consumidor racializado e preocupado com a responsabilidade socioambiental das empresas das quais consomem produtos e serviços.

É importante destacar também, que o objetivo de desenvolver um conceito como o da representatividade capitalizada não é gerar polêmica, mas ao mesmo tempo que reconhecemos a importância da representação de pessoas negras e outras minorias nas mídias tradicionais e na publicidade, analisarmos criticamente para os impactos e motivações reais que têm levado empresas capitalistas a mudarem seu posicionamento e formas de se comunicar com o público.

## 2 O QUE É O RACISMO NO BRASIL?

M. de Jesus<sup>1</sup> é a caçula dos cinco filhos da Dona Preta, uma senhora de 100 anos. Seu 100º aniversário foi comemorado em 2025, com uma festa animada em sua casa localizada na cidade de Cachoeira de Pajeú. Uma mulher negra, nascida no interior de Minas Gerais, criou seus cinco filhos sozinha desde que seu marido, um homem branco, saiu para andar a cavalo e nunca mais voltou.

Apesar do abandono, Dona Preta acredita que o sumiço do marido não foi intencional e permaneceu sozinha, vivendo uma viuvez forçada da juventude à velhice. Embora acredite na inocência do marido, sua ausência escancarou como o Brasil pós-abolicionista trataria mulheres e crianças negras.

A cidade natal da matriarca da família, Cachoeira de Pajeú ou Cachoeirinha, como o município de pouco mais de 9 mil habitantes é chamado, fica na região norte-mineira, bem próximo ao estado da Bahia. Cachoeirinha é uma terra inicialmente habitada por povos indígenas que, invadida pelos brancos colonizadores, se desenvolveu em torno da casa grande da fazenda de Pajeú.

Foi entre a casa grande e a senzala de Cachoeira de Pajeú que a história da matriarca da família Dias Santos começou. Os cinco filhos de Dona Preta, que não tinha condições de criá-los sozinha, foram privados da infância para sobreviverem junto à mãe e foi assim que a caçula da família chegou ainda criança em Nanuque - MG, onde trabalhava em troca de comida e moradia.

Foi na casa dos patrões que M., ainda criança, conheceu A., outra criança preta privada da infância. A. e M. tinham em comum a subalternidade aos mesmos patrões e o fato de não receberem salário. A. desde os 7 anos trabalhava com pecuária, levando o gado da fazenda onde trabalhava para o estado da Bahia e vice-versa.

Com o passar dos anos, M. e A. se casaram e tiveram três filhos: J., R. e A. Os dois meninos foram criados na mesma fazenda em que os pais trabalhavam desde crianças. Agora, M. e A. criavam seus filhos em meio aos filhos dos patrões. Ao contrário do que possa parecer, essa não era uma vida considerada ruim aos

---

<sup>1</sup> Com o objetivo de preservar a identidade dos envolvidos na história, os nomes reais serão suprimidos, apresentaremos somente as iniciais.

olhos e lembranças dos personagens dessa história real. Há, na verdade, muita gratidão.

Rotineiramente M. pedia a J. e R. que levassem as sobras das fatias de melancia degustadas pelos patrões aos porcos. No caminho até o chiqueiro, os dois meninos rapidamente se deliciavam com as sobras — deve ser por isso que em toda festa da família Dias Santos não se pode faltar duas ou três melancias.

A presença do racismo nessa história parece evidente. Parece óbvia a associação da miséria com a origem e cor da pele dos personagens descritos, mas se tem algo que o racismo no Brasil não pode ser considerado é óbvio. É tão pouco óbvio que nem M., nem A., nem J., R. ou A. são capazes de identificar o que ser negro configura.

Ser negro na concepção de M. muitas vezes soa como uma maldição. Não por uma questão social, de acesso e oportunidades, mas por uma questão lógica — só pode ser uma maldição não ter os cabelos lisos e passar a vida tentando controlar os fios crespos rebeldes. O ser negro acaba se tornando um lugar natural de inferioridade dentro de uma hierarquia social que não deve ser contestada.

Iniciamos este capítulo com a história real de uma família afro brasileira que não por acaso aparecerá em diferentes momentos dessa dissertação com o objetivo de contextualizar a complexidade do racismo no Brasil. Analiticamente, o primeiro capítulo deste trabalho é destinado ao levantamento bibliográfico de estudos recentes que buscam em algum nível estabelecer uma conceituação do racismo. Nosso escopo principal inclui os autores Silvio de Almeida, Muniz Sodré, Dennis de Oliveira e Lélia Gonzalez.

## 2.1 O RACISMO É ESTRUTURAL?

A concepção do Racismo Estrutural popularizada por Sílvia de Almeida (2019) entende que o racismo é um elemento estruturante da economia e da política do Brasil.

O Estado brasileiro não é diferente de outros estados capitalistas nesse aspecto, pois o racismo é elemento constituinte da política e da economia sem o qual não é possível compreender as suas estruturas. Nessa vereda, a ideologia da democracia racial produz um discurso racista diante das especificidades do capitalismo brasileiro. Portanto, não é o racismo estranho à formação social de qualquer Estado capitalista, mas um fator estrutural, que organiza as relações políticas e econômicas. Seja como racismo interiorizado - dirigido contra as

populações internas - ou exteriorizado - dirigido contra estrangeiros -, é possível dizer que países como Brasil, África do Sul e Estados Unidos não são o que são apesar do racismo, mas são o que são graças ao racismo (ALMEIDA, 2019, p. 181).

Por ser um elemento próprio da estrutura, o “fim” do racismo se apresenta entre muitas condições. É como tentar tirar os pregos de uma estante de madeira. Você pode camuflar os pregos para que eles não fiquem aparentes na estrutura, mas não é possível retirá-los de lá — é nesse sentido que a concepção de Racismo Estrutural se posiciona, compreendendo a questão racial no Brasil como um processo histórico e político (ALMEIDA, 2019).

Por ser estrutural, o racismo, de acordo com Silvio de Almeida, ao longo do desenvolvimento da sociedade em que está inserido, neste caso a brasileira, torna-se tecnologia de poder. Isso significa que há um esforço político de institucionalizar o racismo brasileiro desde o século XIX (ALMEIDA, 2019). Como já mencionamos, não foi apesar do racismo que muitas nações se desenvolveram, mas graças a ele.

O problema do racismo no Brasil foi discutido por muitos intelectuais brasileiros após a abolição da escravidão. Almeida resume o cerne do pensamento social da intelectualidade brasileira neste período em três ideias centrais: 1- O que seria o Brasil após a independência de Portugal; 2- O que seria o Brasil com o fim do Império; 3- O que seria o Brasil com o fim da escravidão. Nesse esforço intelectual e político de desenvolver alternativas para o desenvolvimento de um país atravessado por 388 anos de escravidão surge, a partir de 1930, o pensamento da democracia racial, um conceito que está intimamente ligado ao conceito de racismo estrutural.

Quando se analisa o racismo estrutural como um processo histórico, entende-se porque sujeitos de gerações diferentes como Dona Preta, M. de Jesus, A., R., J., An. e outros milhões de brasileiros são capazes de viver na pele as consequências do racismo e não reconhecê-lo. Ao se tornar uma tecnologia de poder, o ser negro, logo, o que é racismo no Brasil, se torna uma narrativa construída e internalizada pelo imaginário social coletivo.

Desse modo, se torna importante contextualizar que o conceito de democracia racial refere-se a ideia de que uma sociedade é racialmente igualitária e que as relações entre diferentes grupos raciais são harmoniosas e sem discriminação. A democracia racial foi uma ideia amplamente difundida por intelectuais do século XX,

como Gilberto Freyre em seu emblemático livro *Casa-Grande & Senzala* (2003), que disseminava exemplos de como a mistura de raças teria se dado.

No caso do Brasil verificou-se primeiro o colapso da moral católica: a da reduzida minoria colonizadora, intoxicada a princípio pelo ambiente amoral de contato com a raça indígena. Mas sob a influência dos padres da S. J. A colonização tomou rumo puritano - ainda que menos rigidamente seguido nesta parte da América pelos cristãos portugueses que na outra, na do Norte, pelos verdadeiros puritanos: os ingleses. Deu, entretanto, para sufocar muito da espontaneidade nativa: os cantos indígenas, de um tão agreste sabor, substituíram-nos os jesuítas por outros, compostos por eles, secos e mecânicos; cantos devotos, sem falar em amor, apenas em Nossa Senhora e nos santos. À naturalidade das diferentes línguas regionais super impuseram uma só, a "geral". Entre os caboclos ao alcance da sua catequese acabaram com as danças e os festivais mais impregnados dos instintos, dos interesses e da energia animal da raça conquistada, só conservando uma ou outra dança, apenas graciosa, de culumins (FREYRE, 2003, p. 180)

Entre as justificativas usadas para defender a existência de uma democracia racial no Brasil, a primeira delas começou com o intercâmbio intelectual entre Brasil, África do Sul e Estados Unidos com a premissa de que aqui, não se houve oficialmente movimentos racistas como o apartheid, por exemplo, algo que podemos ver no discurso do estadista e abolicionista afro-americano Frederick Douglass, intitulado "Citizenship and the Spirit of Caste" (Cidadania e o Espírito de Casta), realizado em Nova Iorque, em 11 de maio de 1858. Em um dos trechos do discurso, Douglass compara a situação dos "livres de cor" nos Estados Unidos com a do Brasil:

Duvido que tenha jamais existido um povo mais tiranizado, mais desavergonhadamente pisado e impiedosamente usado, do que as pessoas livres de cor destes Estados Unidos. [...] Mesmo um país católico como o Brasil, que ainda mantém a escravidão, não trata suas pessoas de cor, livres ou escravizadas, de modo tão injusto, bárbaro e escandaloso como nós as tratamos. A América democrática e protestante faria bem em aprender a lição de justiça e liberdade vinda do Brasil católico e despótico (DOUGLASS, 1858)

O trecho acima, demonstra como o Brasil era visto internacionalmente, como um exemplo de democracia capaz de mediar os conflitos raciais. O objetivo do discurso da democracia racial era viabilizar a unificação nacional e a formação de um mercado interno durante o processo de industrialização. Desigualdade tornou-se diversidade. No lugar de um problema, tínhamos um novo produto, parte da

paisagem nacional (ALMEIDA, 2019). Negar o racismo se tornou parte de um projeto de Brasil onde não havia espaço para as pessoas negras que aqui viviam e vivem, mas o racismo continuaria a ser parte estruturante da sociedade. Nesse raciocínio, Almeida ainda propõe que a negação do racismo, junto ao discurso da democracia racial, se sustenta a partir de um outro discurso, o da meritocracia.

“No Brasil, a negação do racismo e a ideologia da democracia racial sustentam-se pelo discurso da meritocracia. Se não há racismo, a culpa pela própria condição é das pessoas negras que, eventualmente, não fizeram tudo que estava a seu alcance. Em um país desigual como o Brasil, a meritocracia avaliza a desigualdade, a miséria e a violência, pois dificulta a tomada de posições políticas efetivas contra a discriminação racial, especialmente por parte do poder estatal. No contexto brasileiro, o discurso da meritocracia é altamente racista, uma vez que promove a conformação ideológica dos indivíduos à desigualdade racial (ALMEIDA, 2019, p. 82).

Negar o racismo é também negar a existência das pessoas negras, com isso o ser negro no Brasil entra em um não-lugar e o ser branco se constitui a partir do que não se é. Ser branco é não ser negro. Esse tipo de conclusão é importante não apenas em um nível identitário para compreender como o processo histórico do racismo no Brasil produz sujeitos como a família Dias Santos, mas em um nível econômico.

A Matriarca da Família Dias Santos nasceu em 1925 e a democracia racial começou a ecoar em 1930, como será que esse discurso a impactou? Essa é uma dúvida latente que nos leva a compreender como a negação do racismo estabelece um sentimento de não pertencimento na população negra, muitas não se reconhecem, não conhecem suas origens ou se envergonham delas. Orgulho é descender de italianos, alemães, portugueses, não ser um produto da mistura de raças ou descender de povos africanos escravizados e indígenas.

Não se sabe quem é, mas se sabe o seu lugar na hierarquia de poder social — algo que nos leva a obra de Dennis de Oliveira (2021), O racismo estrutural, na visão de Oliveira (2021), tem como principal função o estabelecimento de hierarquias de ocupação nos sistemas produtivos.

Essa é a grande chave da questão: não se trata apenas de uma classificação racial que serviu apenas aos propósitos da colonização — caso contrário, com a independência política das nações do continente, o racismo seria naturalmente abolido — mas que transcende para uma

determinada organização do trabalho, ou para a divisão internacional do trabalho (OLIVEIRA, 2021, p. 71)

Também sobre as hierarquias que o racismo estrutural produz, Dennis de Oliveira (2021) cita Lélia Gonzalez e sua hipótese das três formas de reprodução do capital que coexistem e geram diferentes modalidades de mercado de trabalho. Em síntese, a pesquisadora brasileira apresenta a ideia de que a ideologia produzida pelo racismo estrutural influencia nas relações de trabalho e na constituição de quais atores devem ocupar os lugares subalternos no mercado do trabalho. Na prática, a mulher negra se torna a mulata ou a doméstica (GONZALEZ, 2019).

"O processo de exclusão da mulher negra é patenteado, em termos de sociedade brasileira, pelos dois papéis sociais que lhe são atribuídos: 'domésticas' ou 'mulatas'. O termo 'doméstica' abrange uma série de atividades que marcam seu 'lugar natural': empregada doméstica, merendeira na rede escolar, servente nos supermercados, na rede hospitalar etc. Já o termo 'mulata' implica a forma mais sofisticada de retificação: ela é nomeada 'produto de exportação', ou seja, objeto a ser consumido pelos turistas e pelos burgueses nacionais. Temos aqui a enganosa oferta de um pseudomercado de trabalho que funciona como um funil e que, em última instância, determina um alto grau de alienação. Esse tipo de exploração sexual da mulher negra se articula a todo um processo de distorção, folclorização e comercialização da cultura negra brasileira. Que se pense no processo de apropriação das escolas de samba por parte da indústria turística, por exemplo, e no quanto isso, além do lucro, se traduz em imagem internacional favorável para a democracia racial brasileira". (GONZALEZ, 2019, p. 38)

Gonzalez utiliza o termo 'lugar natural' para se referir ao papel social de empregada doméstica destinado historicamente às mulheres negras, mais adiante veremos que tanto o papel da doméstica quanto o da mulata são também reflexos de imagens de controle (COLLINS, 2019). O fim da escravidão como um sistema político não levou embora a condição natural de pessoas, sobretudo de mulheres, negras ao servir.

Gonzalez (2019), ao falar da naturalização do racismo como um sistema desigual e hierárquico de trabalho, evidencia as lacunas que entender o racismo no Brasil apenas como estrutural ou como uma forma social simbólica possui. É óbvio, que existem fatores socioeconômicos que permeiam a permanência do racismo no Brasil, como o fato de mesmo com níveis educacionais semelhantes, pessoas negras continuarem a receber menos do que pessoas brancas. A estrutura reforça a condição das pessoas negras dentro da hierarquia do trabalho, mas conforme

aponta Gonzalez (2019), esse cenário é sustentado também por discursos ideológicos que se ancoram no mito da democracia racial e pelas próprias relações sociais. É dentro das relações sociais que notamos o discurso de culpabilização dos próprios negros por sua exclusão, expondo estereótipos como a preguiça ou a irresponsabilidade. Para Gonzalez (2019), até mesmo correntes progressistas de esquerda ao reduzirem o racismo a um desdobramento da desigualdade de classe, colaboram para a perpetuação da opressão racial. O racismo é uma questão econômica, mas também ideológica e relacional.

até que ponto essas correntes, ao reduzirem a questão do negro a uma questão socioeconômica, não estariam evitando assumir o seu papel de agentes do racismo disfarçado que cimta nossas relações sociais? Nesse sentido, seu discurso difere muito pouco do das correntes conservadoras que, por razões óbvias, desejam manter seus privilégios intocáveis. Em outros termos, o paternalismo/liberalismo racial que permeia o discurso 'revolucionário' na luta contra o monopólio do capital revela uma forma de perpetuação dos mecanismos de dominação utilizados pelo sistema que combate. Também ele reage negativamente quando uma minoria negra, consciente do racismo disfarçado, denuncia os diferentes processos de marginalização a que seu povo está submetido. Enquanto isso, os aparelhos ideológicos do Estado, na medida em que servem à manutenção das relações de produção existentes, desenvolvem com eficácia a veiculação e o reforço das práticas de discriminação". (GONZALEZ, 2019, p. 31)

Em dados quantitativos, segundo estimativas da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad Contínua) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2023 o perfil sociodemográfico predominante entre as 6.067 mil pessoas ocupadas em serviços domésticos no Brasil permanecia inalterado: 92% eram mulheres, a maioria delas, negras (66%), com idade entre 45 e 59 anos (42%) e escolaridade inferior ao ensino médio completo (63%).

Entre o total de pessoas ocupadas no Brasil, no mesmo período, 43% eram mulheres, das quais 53% eram negras, 27% apenas com idade entre 45 e 59 anos e 34% com escolaridade inferior ao ensino médio completo. Em 2023, as ocupadas nos serviços domésticos (5.558 mil) correspondiam a 13% da força de trabalho feminina (43.284 mil) do país. No caso das negras, essa proporção era ainda maior: 16% delas tinham os serviços domésticos como principal fonte de emprego e renda, contra apenas 9% no caso das não negras.

Mas apesar de o ofício ser ainda muito importante para as trabalhadoras brasileiras e mais ainda para as negras, as más condições de trabalho nessa

ocupação também permaneciam inalteradas até a data em que o Boletim foi publicado. Em 2023, 77% das mulheres negras ocupadas em serviços domésticos e 75% das não negras trabalhavam sem carteira assinada, contra 61% das negras ocupadas, em geral, e 58% das ocupadas não negras (melhor situação).

Ainda partindo da ideia de “lugar natural”, me vem à mente a situação de mulheres como M. de Jesus, a filha caçula de Dona Preta. M., que depois virou Bel, por ser chamada assim pelos filhos da patroa, trabalha desde sempre. Desde quando precisou trocar força de trabalho por moradia e comida. Obviamente, ir para a escola não fez parte da sua infância, o trabalho sempre foi “natural” em sua vida.

Depois de décadas de trabalho não remunerado, com mais de 70 anos de idade, M., que nunca teve carteira assinada, não consegue o benefício da aposentadoria. Ela não é a única nessa situação, essa é uma realidade de milhões de trabalhadoras domésticas que vivem ou viveram na informalidade. Segundo dados da Pnad, 67% das trabalhadoras domésticas negras e 60% das não negras dentro do período considerado não contribuíam regularmente para a previdência, contra 39% das trabalhadoras negras em geral, e 28% das não negras.

A baixa contribuição à previdência e a ausência da carteira assinada impactam diretamente na qualidade de vida das trabalhadoras domésticas, sobretudo das trabalhadoras domésticas negras. Ainda de acordo com a pesquisa apresentada em 2023, o rendimento médio recebido pelas trabalhadoras em serviços domésticos também permanecia muito abaixo do rendimento recebido pelo total de mulheres ocupadas: R\$1.122,00 contra R\$2.510,00, respectivamente. Em outras palavras, as domésticas ganhavam em média menos da metade (45%) do rendimento médio recebido pelo total de mulheres ocupadas. Esse valor inclusive ficava abaixo do salário mínimo vigente em 2023 (R\$1.320,00). E, nesse caso, tanto as domésticas negras quanto as não negras ganhavam em média menos que o salário mínimo em vigor na época: R\$1.095,00 e R\$1.226,00, respectivamente. Mas o rendimento médio recebido pelas trabalhadoras domésticas negras era menor ainda, correspondendo a 87% apenas do valor recebido pelas não negras, que era também muito baixo.

O mesmo tipo de análise e dados qualitativos podem ser aplicados para entendermos o contexto dos trabalhadores rurais no Brasil e qual sua relação com raça e gênero. Dados recentes indicam que a informalidade e a precarização no trabalho rural no Brasil afetam desproporcionalmente mulheres e pessoas negras.

De acordo com um relatório da Oxfam Brasil, 69,6% dos trabalhadores rurais são negros, e 58,3% estão na informalidade, ou seja, sem as garantias da legislação trabalhista.

A situação das mulheres negras é particularmente preocupante: entre os assalariados rurais com carteira assinada, apenas 12,1% são mulheres, revelando uma sub-representação significativa. Além disso, homens negros no campo ganham, em média, 59,8% menos que homens não negros, enquanto mulheres negras recebem 61,6% a menos que mulheres não negras.

Quando se olha pela perspectiva do trabalho, é possível compreender que a questão racial no Brasil é sobretudo uma questão de hierarquia social e força de trabalho disponível. Primeiro, mão de obra escrava, depois, mão de obra explorada com baixa remuneração.

O que se pode notar de comum entre as análises propostas pelos intelectuais brasileiros apresentados até aqui é que o caráter estruturante do racismo no Brasil demanda a criação de discursos que sustentem sua manutenção. O caso da democracia racial abordada tanto por Almeida, Oliveira quanto por Gonzalez e da meritocracia, como pontua Almeida (2019). Esta não é uma prática moderna, que com o fim da escravidão emerge para poder internalizar contradições, mas é uma característica inerente ao racismo dentro de uma sociedade capitalista.

Se no período do escravismo tal classificação/hierarquização racial era dada pelo discurso religioso (cristãos com alma e não cristãos sem alma), na modernidade pela racionalidade (as teorias “científicas” do racismo, a distinção entre civilizados e bárbaros, entre outros), no período atual, que alguns chamam de “pós-moderno”, outros de “hipermoderno”, as hierarquias raciais são dissolvidas no caldo da “tolerância à diferença”. (OLIVEIRA, 2021, p. 123)

Voltando à dualidade entre identidade e hierarquia, podemos dizer que é completamente natural, nós enquanto sociedade, vermos e aceitarmos que a maioria dos empregos subalternos como empregadas domésticas, garçons, trabalhadores rurais e etc., sejam exercidos por pessoas negras, mas isso jamais poderá configurar racismo por parte de qualquer pessoa. A hierarquia produzida pelo processo histórico do racismo é amplamente aceita e naturalizada, por isso, funciona.

A naturalização do racismo permite cada vez mais que a raiz histórica do problema seja transferida para a esfera individual/comportamental. Isso porque o

racismo estrutural depende de dois aspectos para sua perpetuação, como pontua Almeida (2019):

Todas essas questões só podem ser respondidas se compreendermos que o racismo, enquanto processo político e histórico, é também um processo de constituição de subjetividades, de indivíduos cuja consciência e afeto estão de algum modo conectados com as práticas sociais. Em outras palavras, o racismo só consegue se perpetuar se for capaz de:

- 1- produzir um sistema de ideias que forneça uma explicação “racional” para a desigualdade racial;
- 2- Constituir sujeitos cujo sentimentos não sejam profundamente abalados diante da discriminação e da violência racial e que considerem “normal” e “natural” que no mundo haja “brancos” e “não-brancos”. (ALMEIDA, 2019, p. 63)

Desse modo, é possível afirmar que, em uma perspectiva estrutural e histórica do racismo no Brasil, raça é também um problema de classe e as duas questões não podem ser dissociadas, mas não apenas isso.

A divisão de classes, a divisão de grupos no interior das classes, processo de individualização e os antagonismos sociais que caracterizam as contradições que formam a sociabilidade capitalista tem o racismo como veículo importantíssimo. E negar isso é simplesmente não compreender o capitalismo enquanto forma de sociabilidade. Logo, o racismo não deve ser tratado como uma questão lateral que pode ser dissolvida na concepção de classes, até porque uma noção de classe que desconsidera o modo com que esta se expressa enquanto relação social objetiva, torna o conceito uma abstração vazia de conteúdo histórico. São indivíduos concretos que compõem as classe a medida que se constituem concomitantemente como classe e como minoria nas condições estruturais do capitalismo, assim, classe e raça são elementos socialmente sobredeterminados. (ALMEIDA, 2019, p. 185)

Sobre a mesma questão, Oliveira diz:

Por isso, não existe essa contraposição entre raça e classe ou ainda que essas duas categorias tão antiéticas só podem ser vistas a partir de uma justaposição interseccional. O homem negro, a mulher negra de que se fala se constitui a partir de atravessamentos relacionais construídos na ordem social capitalista. Desconsiderar as questões de classe é cair na armadilha da identidade de que fala Haider: congelar e mitificar a economia de mercado capitalista e, por conseguinte, essencializar as categorias de raça e gênero. Por outro lado, considerar que as lutas anti racistas não são manifestações da luta de classes é ser antimarxista conforme bem demonstra Losurdo. Nada mais antimarxista que uma perspectiva economicista. (OLIVEIRA, 2021, p.54)

A perspectiva estrutural do racismo no Brasil compreende os atravessamentos econômicos e políticos que a questão produz. O trabalho rural, por exemplo, tem fortes características coloniais. Trabalhar em troca de moradia e

comida ou com baixos salários em grandes fazendas pelo Brasil ainda é uma realidade. A terra vale milhões, mas o trabalho de lavrá-la é completamente desvalorizado. Ao mesmo tempo que não ter um pedaço de terra é um acaso, nunca reflexo de um processo histórico marcado pelo colonialismo.

A comunicação, como veremos mais adiante, produz sujeitos que não sejam abalados diante da discriminação e da violência racial e que não considerem o racismo um fator de desigualdade, mas enxerguem na meritocracia um valor. Vejam a trajetória de A., que aos 7 anos já trabalhava exaustivamente em condições análogas à escravidão consideradas normais. Sua saída da fazenda em que trabalhava desde essa época em Nanuque-MG se deu após recusar um convite do patrão. O fazendeiro mineiro expandiu seu patrimônio para terras em Belém do Pará e ofereceu à A. e à M.I (irmão de M., que também trabalhava nas terras do mesmo patrão) 2 hectares de terra para cada um deles caso aceitassem o pedido de ir para Belém do Pará cuidar da nova fazenda do patrão.

M. aceitou, A., por algum motivo desconhecido, decidiu partir com a família para outras fazendas. M. fez prosperar os 2 hectares de terra que hoje são mais de 2.000. Esse é um “e se” doloroso para a família Dias Santos, ou seja, a vida de todos poderia ter sido muito melhor e mais abastada se A. tivesse tido coragem de embarcar para Belém do Pará.

Com a experiência em pecuária e agricultura, depois de passar por mais algumas fazendas de Minas Gerais e migrar para o interior de São Paulo, emprego não faltou para A.. Foram anos de dedicação em uma fazenda na região de Assis-SP, até que uma queda de cima de um cavalo lhe custaria o emprego e a saúde mental. A. ficou manco de uma das pernas, foi mandado embora sem nenhuma assistência ou indenização trabalhista.

Com o passar dos anos, o vício em álcool dominou seus dias e os de sua família, que agora precisava buscá-lo nas calçadas da cidade paulista chamada Tarumã. Neste mesmo período, uma ação na justiça contra seus antigos patrões corria a passos lentos, com direito à golpe da advogada que se aproveitou da falta de leitura de Seu A. e coação dos patrões para que um primo da família se posicionasse contra o parente de sangue.

Foram mais de 10 anos de luta, o alcoolismo foi embora junto ao nascimento da 5ª neta, N., a primeira filha de An., a caçula das crianças de M. e A. A ação na justiça chegou ao fim, os patrões foram condenados a pagarem um salário mínimo

mensal à A. por alguns anos. O lugar de pessoas como A. na sociedade é pré-determinado pelo racismo que rouba e corrompe subjetividades em troca da exploração da força de trabalho. O alcoolismo para A. se tornou um escape, uma tentativa de esquecer a ausência de dinheiro, de privilégios e de dignidade.

Em um dia qualquer como esse, sem sequer saber o nome do sujeito, me deparei com outro A., um homem negro retinto, bêbado, que escorado no poste da rua pedia para os clientes de uma pastelaria alguma coisa para comer, enquanto esperava o pastel que ganhou ficar pronto, pronunciava algumas frases sem sentido: todas retomando um passado de muito trabalho. O bêbado parecia justificar que estava naquela situação, mas que ela não o representava. O trabalho o representava.

A naturalização do racismo estabelece uma identidade vazia de sentido e história nas pessoas negras e brancas, o trabalho se torna o centro das subjetividades. Com isso, a hierarquia que classifica e categoriza o trabalho internacional, classifica também o valor das pessoas, não só do trabalho que produzem. “O racismo não nasceu com o capitalismo, mas o racismo como se expressa hoje, baseado nessa classificação racial, sim” (OLIVEIRA, 2021).

O eurocentrismo é uma narrativa ideológica que simplifica o processo civilizatório das tradições helênicas até o Renascimento e é com base nisso que se estabelece um padrão normativo racional que sustenta a hegemonia da “branquitude”. Esta branquitude normativa que se posiciona como centro hegemônico de uma tipologia de classificação racial que se expressa primeiramente, na vertente metafísica/religiosa (brancos cristãos e demais etnias não cristãs); passando pela “racional-científica” (teorias da eugenia, darwinismo social) e depois cristalizada a partir dos sentidos civilizatórios (povos desenvolvidos e não desenvolvidos) (OLIVEIRA, 2021, p. 66)

Ao entrar em contato com as diferentes propostas e análises críticas<sup>2</sup> sobre o racismo no Brasil fica mais fácil entender como sujeitos como a família Dias Santos foram produzidos, brasileiros que são fruto de uma história forjada em que ser negro

---

<sup>2</sup>Mais do que autores, ao analisarmos diferentes pensamentos sobre a questão racial no Brasil, estamos em contato com diferentes correntes de pensamento. E é nesse ponto que as tradições de Almeida (2019) e Oliveira (2021) divergem do que propõe Sodré (2023) em seu último livro *O Facismo da Cor*. Como bem pontuou Oliveira em seu artigo para a Revista Forum (2023), Sodré adota um conceito de estrutura formal, ou seja, considera explicitamente “sistemas de apartação institucionalizada, como a segregação oficial nos Estados Unidos e o apartheid na África do Sul” (OLIVEIRA, 2023). Enquanto, Almeida (2019) e Oliveira (2021), tem o conceito de estrutura baseado na tradição marxiana. O que traz Silvio de Almeida ao difundir a ideia de racismo estrutural de está totalmente ligado ao que propõe o intelectual marxiano Louis Althusser, um dos mais influentes do século XX.

se tornou sinônimo de inferioridade e fracasso. Não à toa, o indicativo da melhora financeira da família e de que o passado ficou para trás é o cabelo alisado das mulheres que carregam o sobrenome Dias Santos.

## 2.2 A FORMA SOCIAL ESCRAVISTA

**Figura 1** - Quadro A Redenção de Cam do artista Modesto Brocos y Gómez (1895)



Fonte da imagem original: Museu Nacional de Belas Artes

Este não é um estudo sobre arte, mas a obra *A Redenção de Cam*, óleo sobre tela de 1895 do artista espanhol Modesto Brocos y Gómez é emblemática, além de possuir a capacidade de transmitir quais foram os efeitos e questões em torno das políticas de embranquecimento no Brasil e da democracia racial.

Em Gênesis, capítulo 9, versículos de 20 a 275, a Bíblia conta que Noé se embriagou e ficou nu, quando então foi visto por seu filho e neto Cam e Canaã, respectivamente, que zombaram de sua nudez. Por esse motivo, o pai teria profetizado maldições à descendência do filho: “Maldito seja Canaã; servo dos servos seja aos seus irmãos” (Gênesis, 9:25). A passagem bíblica não menciona nada relacionado a cor da pele, mas a alegoria foi utilizada como argumento para justificar a escravização de pessoas negras. Como pontua Mendes (2021):

No Brasil cristão, o resultante foi a passagem bíblica servindo para justificar a escravidão de negros e indígenas. Para além de justificar um modelo de organização social que se ergue a partir da escravidão, a passagem acima destacada afirma a natureza pecaminosa e a degeneração das ditas raças, sua dívida, quase divina, a ser paga à alva raça virtuosa e uma possível redenção na possibilidade do abandono de sua cor. A cor, nesse modelo interpretativo, é a marca visível de um pecado. A cor do pecado é o signo da subserviência e da negação de cidadania, sendo o abandono da cor e de sua cultura pelo embranquecimento a chave para a redenção. (MENDES, 2021, p. 170)

Mais uma vez a hierarquia aparece como um elemento centralizador e organizador das relações e a miscigenação como a “salvação”. A cor da pele foi utilizada como um marcador para estabelecer e consolidar uma hierarquia social. Quanto mais branca a cor da pele e mais finos os traços, mais no topo da pirâmide é possível se estabelecer. Isso explicaria o movimento de auto embranquecimento em que pessoas negras se colocam ao ascenderem socialmente. Isso explicaria porque M. de Jesus, a filha de Dona Preta, nunca mais usou seu cabelo crespo desde que alisar se tornou uma opção acessível.

“Hierarquização” e “contradição” são conceitos presentes nas elaborações tanto de Oliveira (2021) e Almeida (2019), quanto de Sodré (2023), que em seu último livro publicado causou certa polêmica ao trazer à tona uma nova abordagem teórica para classificar o racismo no Brasil, afirmando que o racismo não necessariamente é estrutural, assim se estabelece uma nova perspectiva teórica com o objetivo de conceituar o racismo no Brasil: a forma social escravista.

De fato, o racismo de pós-Abolição é uma forma sistemática (recorrente, mas sem a legitimidade outorgada pela unidade de um sistema ou estrutura) de discriminação, baseada no imaginário da raça. Afigura-se como algo mais próximo à ideia de um “processo”, indicativo de uma dinâmica interativa de elementos discriminatórios, ao modo de uma fusão ou do que designamos como forma social escravista. As práticas desse processo contribuem para a reprodução da lógica da subalternidade dos descendentes de africanos - certamente derivada de uma ordem específica de classes sociais -, porém não mais constituem uma estrutura econômica, política e jurídica, a exemplo de uma sociedade plena e formalmente escravista. (SODRÉ, 2023, p. 49)

Muniz Sodré, propõe então que o racismo pós-abolição tem uma lógica própria e, para ele, o racismo após esse período não pode ser considerado estrutural. Após a publicação do livro *O Fascismo da Cor* (2023), Sodré concedeu uma entrevista para a Folha de S. Paulo reiterando o fato de que aceita a expressão,

mas que falta base científica para o racismo no Brasil ser considerado Estrutural. Na ocasião, Dennis de Oliveira, por meio da revista Forum, comentou a publicação e desenvolveu alguns argumentos contrários ao que propõe Sodré em seu último trabalho.

Oliveira destaca a importância de se considerar de onde vem o conceito de racismo estrutural, enfatizando que a ideia   fundamentada na obra do intelectual Louis Althusser, pensador marxista, já o argumento de Sodré se baseia na ideia de que a forma social escravista   relativa ao conceito de estrutura. Para Sodré, estrutura   um conceito sociológico e filosófico que "pressupõe uma totalidade fechada de elementos interdependentes", afirmando que, para ser considerado estrutural,   preciso que a ciência seja capaz de demonstrar qual   a interdependência dos elementos. De modo geral, o que Sodré argumenta   que   preciso existir uma estrutura formal, explícita, como acontecia antes da aboli o da escravatura ou como foram os sistemas de segrega o oficial nos Estados Unidos e o apartheid na África do Sul.

Da funcionalidade da existência patrimonial, por si só também uma forma de vida, adv m o sentido da forma social empenhada na persistência da senhoriaiza o escravista. Toda convivência humana, em qualquer tipo de sociedade escravista, o outro podia ser o escravo, mas era necessariamente reconhecido como tal pelo senhor. Na forma social escravista que estamos buscando descrever, esse outro – afrodescendente, negro –   basicamente negado, ou seja, tergiversa-se sobre a sua presença singular, para afirmar implicitamente a sua irrelevância humana. (SODRÉ, p. , 2023)

Em resposta, Dennis de Oliveira, em sua publica o na Revista Forum, explica as divergências teóricas entre sua obra e a de Sodré. Oliveira, assim como Silvio de Almeida, estão ancorados na concep o de estrutura que adv m da tradi o marxista.

No pensamento marxiano, a ideia de estrutura aparece de diversas formas, mas em especial na abstra o da sociedade capitalista caracterizada pela "infraestrutura" (base econômica) e "superestrutura" (domínio jurídico-político). A ideia de estrutura aqui aparece não como uma formalidade institucionalizada, mas como uma categoria analítica, uma abstra o para compreender as dinâmicas da sociedade capitalista para além das suas expressões formais. (OLIVEIRA, 2024)

Ao menos em um ponto os três autores (Oliveira, Almeida e Sodré) convergem: algo mudou no pós-aboli o. Sodré tenta explicar essa mudança com o argumento da forma social escravista, enquanto autores como Silvio de Almeida e

Dennis de Oliveira entendem que as estruturas lógicas do capitalismo brasileiro após a abolição da escravatura foram formadas a partir do sistema da escravidão, portanto o racismo no Brasil é estrutural, mas ao mesmo tempo, compreendem que existem mecanismos cada vez mais sofisticados que contribuem para a manutenção do racismo no período pós-abolição.

Mecanismos ou características próprias da forma social escravista seriam a negação e a ambiguidade: “A ambiguidade é inerente à forma como uma das variáveis da regra básica da negação ou do silenciamento. Nega-se para excluir...” (SODRÉ, 2023). Negar para excluir é um dos pressupostos da democracia racial, por exemplo, mecanismo imprescindível para a manutenção e perpetuação do racismo após a abolição, como já citamos anteriormente. Para Sodré, o racismo antes calcado na ideia de dominação deu lugar ao racismo de exclusão.

A divergência entre Sodré e autores como Almeida e Oliveira é científica e, apesar disso, é fundamental para o debate das relações raciais no Brasil termos contribuições de alto nível que coloquem a questão sobre diferentes perspectivas. Mas uma coisa é fato, Sodré nos deu um caminho novo, um incômodo bem-vindo.

Como se pode ver, a estrutura escravista - entendida como a organização interna de uma realidade ou então como a priori incondicionada - comportava brechas ou fissuras, a despeito do fechamento institucional. No balanço posterior, porém, isso foi de fato “uma aurora que não deu dia”, como se verificou em seguida à Abolição, quando a estrutura deu lugar a um esquema existencial derivado de relações espaçotemporais com o afro-brasileiro - isto é, deu lugar à forma social escravagista -, que implica, no limite, uma máscara ou uma maquiagem da discriminação racial. Esta, mais do que “estrutural” na acepção rigorosa do termo, é de fato concreta e vital, o que implica uma historicidade singular. (SODRÉ, p. 121, 2023)

Sílvio de Almeida em entrevista ao podcast Mano a Mano, conduzido pelo rapper Mano Brown, opinou que “com o desenvolvimento das sociedades o racismo já não ousa se apresentar sem disfarces”. Na mesma entrevista, o intelectual e então Ministro dos Direitos Humanos diz que o racismo é inviável em uma sociedade capitalista industrializada. Ao criar a raça, o racismo determina como indivíduos racializados e não racializados irão viver.

No Brasil, a forma como uma pessoa é lida racialmente, determina em muitos níveis se sua vida será mais fácil ou mais difícil, mesmo que essa leitura seja uma invenção do próprio capital para atender aos seus interesses regionais. Já que esse mesmo indivíduo aqui considerado branco será lido de outra forma em outras

regiões do mundo, como nos Estados Unidos, por exemplo, onde ele será latino-americano e terá seus privilégios reduzidos por esse fato.

Se no período do escravismo tal classificação/hierarquização racial era dada pelo discurso religioso (cristãos com alma e não cristãos sem alma), na modernidade pela racionalidade (as teorias “científicas” do racismo, a distinção entre civilizados e bárbaros, entre outros), no período atual, que alguns chamam de “pós-moderno”, outros de “hipermoderno”, as hierarquias raciais são dissolvidas no caldo da “tolerância à diferença” (OLIVEIRA, 2021, p. 123).

Como é possível identificar por meio do que propõe Dennis de Oliveira na citação acima, o capitalismo sempre criou diferentes configurações para a perpetuação do racismo como um mecanismo central de manutenção desse sistema. Mesmo durante a barbárie da escravidão no período colonial, havia uma explicação para “justificar” o injustificável: negros e negras estão sendo escravizados por serem considerados sem alma, já que não são cristãos.

Quando a escravidão passou a ser inviável para o desenvolvimento econômico e político do Brasil enquanto nação, novas configurações foram adotadas, como podemos identificar no que propusera a democracia racial: no Brasil, todas as raças convivem harmoniosamente. Um ponto importante a se observar é que todas as configurações aplicadas para a manutenção do racismo tinham motivação econômica e foram utilizadas para lucrar.

Libertos da situação de cativo, quando da promulgação da “Lei Áurea”, continuaram, porém, excluídos, despossuídos. Todo período que antecede à promulgação da lei se deu, paralelamente, às mudanças na ordem econômica e política, que colocavam obstáculos à existência de um país escravagista no cenário mundial. Os abolicionistas mostravam grande indignação pelas condições de cativos dos negros, mas não puderam pensar-los como indivíduos que deveriam ser inseridos na sociedade. Assim, supunham que, saindo da condição de escravos, o negro trabalharia como mão de obra remunerada para seu auto sustento. Mas grande parte do contingente de cativos libertos vagavam desorientados, sem condições para seu auto sustento, e sem trabalho no campo, que começava, então, a ser feito pelos imigrantes. (NOGUEIRA, 1998, p. 14-15)

Realidade e aparência configuram uma contradição inerente ao sistema capitalista, as contradições fazem parte da estrutura, assim como para Muniz Sodré, ambiguidade é um elemento inerente à forma social escravista.

Em outras palavras, a luta antirracista tem um forte componente anticolonial, porque o racismo está diretamente ligado à constituição estrutural do

sistema-mundo do capital. As relações raciais daí decorrentes são a expressão da luta anticolonial e da luta de classes. Assim, tem lógica um governo como o de Jair Bolsonaro ter um programa descaradamente entreguista (expresso simbolicamente pelo seu comportamento vergonhosamente vassalo aos Estados Unidos) e ter um discurso fascista, racista, misógino. Não se trata de dois elementos (o entreguismo e o fascismo) ou ainda mais um terceiro elemento, a radicalidade neoliberal. São faces da mesma moeda. (OLIVEIRA, 2021, p. 56)

“Fases da mesma moeda” é uma expressão que categoriza bem a hipótese que estamos propondo e que, de certa forma, sintetiza elementos presentes nos trabalhos de Dennis de Oliveira, Muniz Sodré e Silvio de Almeida. O que os separa é também o que os une: a formulação de uma hipótese urgente que seja capaz de desenvolver formulações atuais que nos ajude compreender os novos mecanismos do racismo no sistema capitalista.

O fato é que existem mecanismos sofisticados e complexos que agem em prol da manutenção do racismo e isso se apresenta para nós de forma ‘natural’. Ao falar sobre o racismo como forma simbólica, Sodré direciona holofotes para uma questão importante: como um sistema racista funciona após a abolição da escravidão? Em outras palavras, é preciso entender como a ideia de democracia racial se estabelece tão rapidamente no período pós-abolicionista e se torna uma ideia viável mesmo com a realidade se apresentando diferente. Isso significa dizer que a estrutura que configura o racismo é concreta e abstrata simultaneamente, por isso, sua aparência se torna natural.

### 2.3 O RACISMO NO BRASIL É NATURAL?

É importante dizer que a concepção de racismo estrutural foi o que nos trouxe até aqui, foi a linguagem teórica capaz de demonstrar em grande escala que o racismo é mais do que uma questão ideológica, mas que a sociedade e seu funcionamento se fundamentam a partir do racismo histórico, mas este presente capítulo também possui o objetivo de pontuar que existem novas nuances no modo como o racismo se apresenta e se sustenta nos dias de hoje que demandam análise.

Pensar dessa maneira nos levou a ideia de Segunda Natureza presente em obras de intelectuais como Hegel, Marx e Adorno. Para Hegel, a segunda natureza é um conceito vinculado à moralidade e à vida social. Ele a define como o conjunto de

hábitos, normas e instituições sociais que moldam a conduta humana, de modo que os indivíduos passam a agir conforme essas determinações sem necessariamente refletir sobre elas (BAVARESCO; IBER; LARA, 2020).

Partindo dos campos da Fenomenologia do Espírito e da Filosofia do Direito, Hegel argumenta que o ser humano internaliza normas e instituições da sociedade, mas ao mesmo tempo age de forma espontânea, como se fosse natural. Diferente da nossa natureza biológica, a Segunda Natureza é resultado da história, cultura e racionalidade humana.

Já em Marx não se encontra o conceito de Segunda Natureza, mas de uma pseudonatureza. No capitalismo, as relações sociais de produção (historicamente construídas) aparecem como se fossem leis naturais e imutáveis, ou seja, possuem aparência de natural.

Marx denomina as relações sociais de dominação mediadas por meio de coisas no capitalismo como “por natureza” ou “naturais” (naturwichtig). Na crítica marxiana do capitalismo, contudo, as relações sociais não têm o caráter de uma segunda natureza, mas de uma pseudonatureza, uma aparência de natureza (Natuschein). A reificação das relações sociais no capitalismo está ligada necessariamente a uma consciência falsa, ideológica, dessas relações sociais. Seu argumento é que as categorias da economia burguesa são “formas de pensamento socialmente válidas [...] dotadas de objetividade para as relações de produção desse modo social de produção historicamente determinado, a produção de mercadorias” (MARX, 2013, p. 210). (BAVARESCO, IBER E LARA, p. 17, 2020)

O conceito de fetichismo da mercadoria ilustra bem o que estamos propondo: o valor e a troca das mercadorias parecem fenômenos naturais, quando na verdade são resultado de relações sociais. Em outra perspectiva, Adorno, dentro da Teoria Crítica, influenciado por Marx e Hegel, vê a segunda natureza como um estado de reificação, onde os indivíduos aceitam passivamente a ordem social existente como se fosse natural (LASER, 2019). Portanto, nosso argumento se desenvolve com base na ideia de que o racismo estrutural tem se apresentado com aparência natural, da mesma forma que Marx aplicou o conceito de naturalidade para as relações sociais reificadas:

Na Filosofia de Marx, não se encontra o conceito da segunda natureza. Em vez disso, Marx trabalha com o conceito da “naturalidade” (Naturwichtigkeit) das relações sociais. Para a consciência falsa do ser humano, as relações sociais reificadas têm a aparência da natureza; contudo, trata-se apenas de uma aparência de natureza (Natuschein), porque as relações sociais não foram teoricamente perscrutadas. (BAVARESCO, IBER E LARA, 2020, p. 17)

No caso da família Dias Santos, por exemplo, Todos foram submetidos a uma condição de trabalho análoga à escravidão. M., que nunca estudou e sempre trabalhou, não se aposentou por não conseguir comprovar os anos de trabalho. Nem pra ela, nem para A. ou para os filhos mais novos, o trabalho sem remuneração é ou foi um problema. Não ter direitos básicos garantidos pelo Estado também não. A vida é o que é e só melhora com mais trabalho duro — mais uma vez nos deparamos com a meritocracia e democracia racial andando lado a lado e fundamentando a hierarquia supostamente natural do racismo no Brasil.

Nesse ponto, acende-se um alerta: não cair na armadilha de justificar a naturalização do racismo com o argumento da ideologia. Por isso, é importante considerar e compreender o que propõe Sodré (2023) com a forma social escravista. As institui es sociais não são mais as grandes responsáveis por implementar ideologias racistas e disseminar ideais fascistas.   como se o racismo tivesse sido pulverizado, se tornado gás, mas não desaparecido.

Cair na armadilha de que o racismo   consequência apenas de ideologias difundidas pelas institui es sociais como igreja, escola e m dia,   simplificar uma equa o complexa e acreditar, como ironiza Dennis de Oliveira, “no canto da sereia”.

  a partir dessa realidade que se deve pensar as estratégias de combate ao racismo, e isso passa pelo entendimento de que os mecanismos estruturais do racismo estão diretamente ligados ao modelo de acumula o de riquezas do capitalismo dependente, garantidos pelo formato do arranjo institucional da matriz colonial de poder. Assim, todas as barreiras institucionais decorrem não apenas dos comportamentos preconceituosos de brancos incomodados com a divisão de espaços exclusivos, mas da própria natureza das estruturas burocráticas públicas e privadas do capitalismo dependente. Assim, preconceitos raciais sofridos por pessoas negras eventualmente nesses espaços brancos (universidades, espaços de poder institucional etc.) não são apenas violências contra as pessoas vitimadas, mas a expressão de um sistema de poder que condena a esmagadora maioria de negras e negros   miserabilidade. E tudo isto   funcional e necessário para se manter o modelo de acumula o e reprodu o de riquezas do capitalismo dependente centrado na superexplora o. Esse raciocínio   fundamental para não se iludir com o canto da sereia das “solidariedades” c nicas e projetos de “empoderamento” financiados justamente por aqueles que mais se beneficiam do capitalismo dependente, do arranjo institucional do padrão colonial do poder e do racismo estrutural. (OLIVEIRA, 2024, p. 201)

Dentro do capitalismo   a comunica o, que aqui entendemos como uma forma social do capital, que por meio da Indústria Cultural media e reforça essa

naturalização, fazendo com que seja “natural” incorporar padrões de pensamento e comportamento que perpetuam o funcionamento do sistema. Ou seja, se estamos falando de algo historicamente construído, é possível que a natureza original das coisas tenha sido modificada. Nesse sentido, é possível dizer que foi, e é, preciso dar forma às relações para que elas se tornem estrutura.

Como exemplo, podemos dizer que um profissional negro foi contratado para fazer um serviço X. O profissional em questão, totalmente gabaritado, disputou a oportunidade de trabalho com pelo menos outros 20 candidatos. Entre todas as opções, o profissional negro de longe foi o melhor e, ao mesmo tempo, o que pediu a menor remuneração.

Ao fechar o acordo para a realização do serviço X, a empresa contratante tentou negociar o valor de diversas formas e com diversas justificativas. Quanto menos dinheiro fosse possível pagar para o profissional negro, melhor. Nunca se falou em cor ou em racismo, apenas em pagar menos para economizar. Em paralelo uma outra negociação se iniciou para um trabalho semelhante, o profissional selecionado desta vez, deu seu preço, 2 vezes maior do que o negociado com o profissional negro. Ninguém questionou, apenas pareceu natural pagar menos para o profissional negro e natural pagar mais para o profissional branco.

Assim como é natural em uma sala de pessoas brancas e apenas uma pessoa negra que, ao precisar de ajuda ou algum tipo de informação, as pessoas se dirijam à qualquer uma das outras pessoas na sala, menos à negra. É natural que a polícia aborde de maneira inesperada pessoas negras e não faça o mesmo em mesmo grau e volume com pessoas brancas. A forma social escravista de Muniz Sodré pode ser compreendida como a segunda natureza do racismo estrutural, é o caráter relacional (modificado) da estrutura que sustenta o capitalismo mundo afora. Ao compreender o conceito de segunda natureza como algo que, embora seja socialmente construído, torna-se tão internalizado e naturalizado que parece inato ao mesmo tempo que compreendemos que a forma escravista (SODRÉ, 2023) é um princípio organizador das relações sociais no Brasil que se perpetua o racismo, é perfeitamente possível argumentar que a forma escravista opera como uma pseudo natureza do que propõe a corrente do racismo estrutural.

Durante um evento de trabalho, um caso de racismo. Cerca de 1600 convidados participavam de uma Feira de Negócios junto a uma plenária de conteúdo sobre temas de interesse comum. O evento acontecia em um prédio

comercial em São Paulo, famoso por sediar eventos corporativos de todos os tipos. Ao chegar no local todos os inscritos no evento, sem exceção, se deslocavam por alguns metros até chegarem ao espaço reservado para o credenciamento, neste momento todos recebiam os devidos crachás e credenciais.

Um participante negro chegava ao evento junto a um grupo de pessoas brancas, todas seguindo o mesmo fluxo até chegar ao credenciamento, mas apenas ele foi abordado por um dos seguranças do prédio e de uma forma nada amigável. Após ser vítima de racismo, crime inafiançável e imprescritível (Lei 14.532/2023), o cidadão decide denunciar o ocorrido para a organização do evento.

Um dos integrantes da equipe organizadora decide resolver a questão se solidarizando com a vítima, mas não oferecendo apoio jurídico e as providências cabíveis a um crime, e sim, mostrando uma foto de sua mãe que, segundo ele, também era negra, e alegando que um dos pelo menos 15 palestrantes da grade do evento também era negro, assim como uma das trabalhadoras da equipe do evento. O que torna esse tipo de atitude razoável por parte da sociedade? Com base em nossa argumentação, eu diria que a naturalização do racismo, a segunda natureza da estrutura, a forma social escravista.

Sobre o mesmo caso, outra integrante branca da equipe, ao comentar o ocorrido, proferiu as seguintes palavras: “precisamos verificar [o que realmente aconteceu], porque sabe como é, nem todo muçulmano é terrorista, mas todo terrorista é muçulmano”. Descrevi atitudes escancaradamente racistas, de pessoas racistas, mas que se forem questionadas individualmente jamais admitirão terem sido ou serem racistas.

Ou somente admitirão se forem pegas e desmascaradas publicamente, assim, emitirão uma nota ou publicarão um vídeo nas redes sociais, orientados por seus advogados, se desculpando com quem quer que tenha se sentido ofendido e justificando: o racismo no Brasil é estrutural. O que queremos dizer até aqui é que, de fato, o conceito de racismo estrutural já não é suficiente para explicar todas as nuances que o racismo tem apresentado na sociedade. Por essa razão, não adotaremos nenhum conceito em específico, este capítulo teve o objetivo de levantar caminhos possíveis para o debate do racismo no Brasil com base nas elaborações de grandes nomes da área, assim feito, de modo provisório e à título de análise, adotaremos neste trabalho a compreensão de racismo definida como um conjunto de relações sociais.

### 3 COMUNICAÇÃO E REPRESENTAÇÃO

Neste capítulo, nosso objetivo é focar na comunicação enquanto uma forma social do capital e um elemento do racismo (SANTOS, 2021), demonstrando que a construção de estereótipos problemáticos e a ausência ou presença de pessoas negras em anúncios publicitários e produtos culturais, não pode ser o foco dos trabalhos que visam aproximar comunicação e racismo, uma vez que acreditamos que a presença de pessoas negras e a construção de estereótipos “positivos” não alteram o caráter racista das relações sociais.

Este argumento é baseado no que estamos construindo dentro da EPC junto ao grupo de pesquisa CUBO da Universidade Estadual de Londrina. Nossas primeiras considerações sobre o que entendemos ser contribuições que a EPC nos oferece quando buscamos compreender a questão racial no Brasil e o papel da comunicação nesse contexto, foram levantadas em meu Trabalho de Conclusão de Curso (SANTOS, 2021), respeitando a maturidade intelectual daquele momento.

Retomando o que iniciamos lá atrás, tivemos como ponto de partida o livro *Indústria Cultural, Informação e Capitalismo* de César Bolaño (2000), a partir da sua leitura passamos a adotar os conceitos base da EPC na construção do nosso trabalho. Desse modo, a partir do que vemos em Bolaño (2000) entendemos a comunicação como uma forma social do capital que desempenha funções pré-determinadas — função publicidade, função propaganda e função programa.<sup>3</sup>

De forma resumida, sem pontuar com profundidade o processo de análise das principais tendências teóricas acerca da Indústria Cultural no campo do marxismo apresentadas por Bolaño (2000), podemos dizer que a função publicidade está diretamente ligada ao setor privado de bens de consumo, enquanto a função propaganda está relacionada à mediação do estado, juntas, função publicidade e função propaganda são funções da Indústria Cultural, que por sua vez, media os interesses do Capital e do Estado de acordo com as necessidades simbólicas do público — necessidades que são transformadas em mercadoria-audiência através do processamento da terceira função, a função programa. Bolaño (2000), diferencia

---

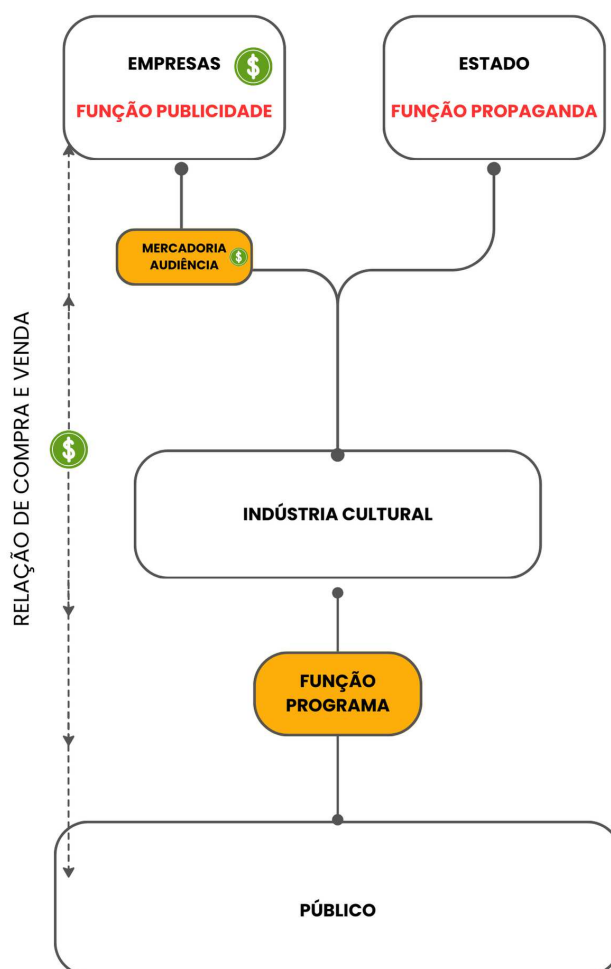
<sup>3</sup> Com a divisão do trabalho, ou seja, a hierarquia que se constrói a partir do capitalismo, chegamos em uma contradição apresentada por Bolaño (2000), que é a necessidade do capitalismo em manter a hierarquia e ao mesmo tempo, sem perder as articulações de poder, depender da horizontalidade das relações sociais, por isso a necessidade de uma comunicação que seja mediada, estabelecendo assim, o papel fundamental da Indústria Cultural e das funções publicidade e propaganda.

publicidade e propaganda estabelecendo que a função propaganda é a forma ideológica da informação, enquanto a publicidade tem também um caráter ideológico, mas fundamentado na construção de um modo de vida, ou seja, uma espécie de desenvolvimento de comportamentos coletivos que se estabelecem no cerne da cultura de massas.

A essa forma diretamente ideológica da informação chamarei aqui de propaganda, por oposição à publicidade, que tem caráter também ideológico, mas diferente, indireto, relacionado à constituição de um MODO DE VIDA que é base para uma construção de uma cultura de massas especificamente capitalista (BOLAÑO, p. 51, 2000).

O esquema a seguir ilustra as relações das funções da Indústria Cultural e como o processo de mediação do capital (função publicidade) pela Indústria Cultural se dá.

**Figura 2 -** Esquema representativo da Forma Comunicação e das funções da Indústria Cultural



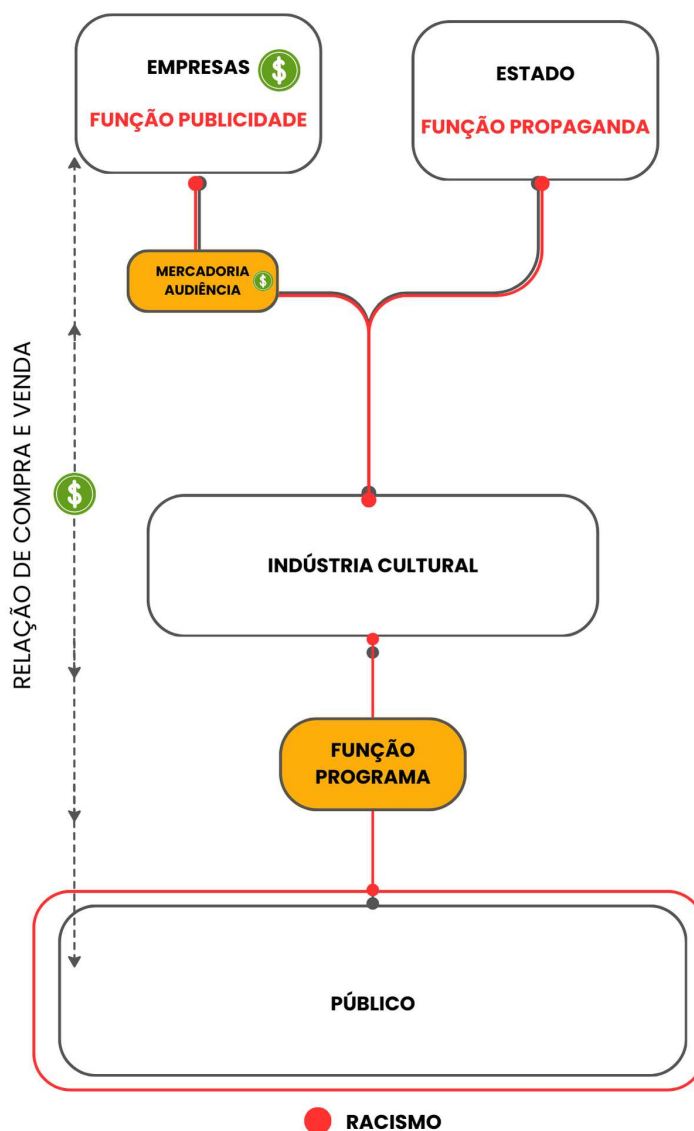
Fonte: elaborado pela autora (2025)

O esquema demonstra que o capital (\$), circula até a Indústria Cultural que através da função propaganda tem a capacidade de transformar a audiência em mercadoria, se bem sucedido, esse processo tem a possibilidade de multiplicar o capital e maximizar a mais-valia. Desse modo, a função publicidade se configura justamente como “um elo entre as necessidades de diferenciação e diversificação do capital monopolista e a existência dessa grande “nova classe média”, cujos atos de consumo passaram a fazer parte do planejamento da grande empresa capitalista” (BOLÃO, 2000).

A terceira função, a função programa, tem sido nosso principal interesse de análise desde o trabalho que realizamos em Santos (2021). Isso porque, é a função

programa a responsável por cooptar os interesses do público, transformando audiência em mercadoria, é nessa parte do caminho em que o capital percorre que o dinheiro tem a possibilidade de se transformar em mais dinheiro. A função programa foi a função social do capital que mais nos despertou interesse de análise, justamente pela necessidade de identificação do público com o que é ofertado pela Indústria Cultural, ao compreender essa lógica, chegamos a questionamentos concisos sobre raça no Brasil. Afinal, como é possível gerar identificação sem necessariamente representar o público por completo? Essa é uma questão prática, já que mais de 54% da população brasileira é autodeclarada negra (pretos e pardos) e a representação desse público é extremamente recente, principalmente quando a representação acontece sem estereótipos negativos. Ou seja, nosso interesse está em entender como a relação entre público racializado (trabalhadores) e Indústria Cultural se estabelece ao longo da história do Brasil. A partir desse argumento propomos um novo esquema representativo, em que o racismo também aparece como publicidade, propaganda e programa, não simplesmente como um produto produzido por essas funções.

**Figura 3** - Esquema representativo da Forma Comunicação e Racismo como forma



**Fonte:** elaborado pela autora (2025)

Na figura acima, o racismo é identificado pela cor vermelha, ou seja, as funções da forma comunicação também aparecem como racismo. O contorno cinza estabelecido na imagem tradicional não desaparece, mas o contorno vermelho, que representa o racismo, se sobrepõe a ele. O racismo está nas relações capitalistas, por isso, é parte também das relações sociais. Voltando a história da família Dias Santos, que serve de cenário para algumas das contextualizações deste trabalho, podemos demonstrar que o que torna uma relação racista não são os sentimentos

que existem em torno dela. Por exemplo, a relação entre os patrões da fazenda, A. e Bel, uma relação baseada na hierarquia social que o racismo produziu no Brasil, uma relação de poder, que para A. e Bel nada mais era que uma relação fraternal e 'natural' de trabalho. É por esse tipo de contradição imanente, ou seja, que está inseparavelmente contida na natureza do capitalismo, que a mediação da Indústria Cultural se torna tão relevante e a mercadoria-audiência tão valiosa.

De fato, é preciso deixar claro que a mercadoria audiência é muito especial em relação às outras mercadorias, já que o processo de sua criação não pode ser concebido como a ação de um sujeito sobre um objeto simplesmente. Ela é especial mesmo em relação a mercadorias imateriais, como a informação, por exemplo. Num sentido, ela deve ser comparada antes com a força de trabalho: uma força, um poder, uma energia que existe nos sujeitos (ou, neste caso, na relação entre o sujeito e o produtor cultural) e que pode ser apropriada pelo capital sob determinadas condições sociais e técnicas (BOLAÑO, 2000, p. 230)

Sobre essas condições sociais e técnicas citadas no trecho retirado de Bolaño (2000) falaremos mais adiante, no quarto capítulo deste trabalho. O foco agora, está em dizer que as contradições do capitalismo são parte da estratégia de perpetuação de um sistema de trabalho que é justamente baseado em contradições, a Indústria Cultural como instância mediadora desse sistema é duplamente relevante, primeiro, porque produz a mercadoria audiência e segundo, porque contribui para a manipulação das massas, de modo que as contradições inerentes do sistema, como a mais-valia, não representem uma ameaça à manutenção do capitalismo.

Em primeiro lugar, é válido dizer que com a Indústria Cultural o trabalhador passa a ter duplo valor. Não apenas vende sua força de trabalho, mas cede sua consciência (inconscientemente) se tornando também um produto, assim como a audiência (Bolaño, 2000). A função programa atrai o proletariado e ao mesmo tempo produz acumulação do capital (publicidade e propaganda) (SANTOS, 2021, p. 35).

Ao entender e dar a relevância necessária para a Indústria Cultural como objeto central dos estudos sobre capitalismo, a EPC dá um passo enorme dentro das teorias da comunicação, oferecendo uma perspectiva adequada para as mais diferentes análises que considerem economia, política, comunicação e cultura, o que não significa que temos em mãos o necessário para resolver os problemas propostos, mas o suficiente para contorná-los. Dito isso, a partir desse momento, seguiremos para uma fase de análise prática, ainda tendo como cerne da questão a

Indústria Cultural, mas sobretudo a esfera da publicidade, trazendo também conceitos de autores que não seguem a tradição da Economia Política da Comunicação, mas que podem agregar ao debate que estamos propondo, demonstrando a capacidade de articulação entre os mais diversos campos do conhecimento da comunicação e a EPC.

### 3.1 A PUBLICIDADE CONTRAINTUITIVA

O livro *As Brasileiras e a Publicidade Contraintuitiva: Enfrentamento do Racismo Pela Mídia* de Francisco Leite (2018) explora as experiências de mulheres brasileiras em relação a uma estratégia publicitária específica conhecida como "contraintuitiva". Utilizando a abordagem da *Grounded Theory*<sup>4</sup>, Leite investiga como essas mulheres, tanto brancas quanto negras, interagem e atribuem significados a campanhas publicitárias que apresentam mulheres negras como protagonistas. A pesquisa investiga experiências vividas e mediadas, muitas vezes dolorosas, relacionadas ao enfrentamento do racismo e à representação de mulheres negras na publicidade. Sobre o conceito de publicidade contraintuitiva o autor diz:

Nesse sentido, algumas vertentes da publicidade brasileira já apresentam alguns esforços que podem colaborar para a construção de contextos e representações mais diversas nos espaços da mídia. Como exemplo dessas iniciativas, pode-se indicar o formato da publicidade contraintuitiva observado como uma narrativa capacitada a exercer a atualização dos conteúdos dos estereótipos tradicionais atribuídos às minorias sociais, ao confrontá-los com conteúdos positivos, ou seja, contrastes estereotípicos que influenciam um processo sociocognitivo de atualização e a neutralização de suas manifestações essencialistas. (LEITE, 2018, p. 55)

Leite apresenta a ideia de publicidade contraintuitiva como um mecanismo de representatividade capaz de transformar o imaginário social coletivo em relação a estereótipos tradicionais de minorias sociais. Ele define anúncios contraintuitivos em duas categorias: Específica e Inespecífica, conforme apresentado no Quadro 1, retirado de Leite (2018):

---

<sup>4</sup> A *Grounded Theory* (Teoria Fundamentada nos Dados) é uma abordagem metodológica utilizada em pesquisas qualitativas para desenvolver teorias a partir da análise sistemática de dados empíricos. Criada pelos sociólogos Barney Glaser e Anselm Strauss nos anos 1960, essa metodologia se diferencia por permitir que a teoria emergja dos dados, ao invés de ser pré-determinada por hipóteses previamente estabelecidas.

**Quadro 1 - Especificidades da Publicidade Contrainuitiva**

Publicidade Contrainuitiva		
	Específica	Inespecífica
Características	Reflete plenamente a essência de estimular a reavaliação da tradição dos estereótipos negativos, agregando “outras/novas” informações positivas para combater preconceitos.	Apresenta sutis traços de uma publicidade contrainuitiva específica, por possibilitar o trânsito de indivíduos minoritários nas esferas de visibilidade qualificada, porém neutras. Como também, apresenta tais indivíduos fora do enquadramento de estereótipos tradicionais.
Efeitos	Opera diretamente a desestabilização desses estereótipos, pela apresentação de justaposições e inversões que entreguem a formação dos estereótipos ao olhar do espectador.	Não opera diretamente a desestabilização de conteúdos estereotípicos, pela apresentação direta de justificativas e informações que agreguem as estruturas dos estereótipos. Não aborda nenhuma crença específica, mas colabora para a visibilidade positiva do indivíduo minoritário na cultura da mídia.
Direcionamento de anúncio	Fala para a sociedade como um todo.	Pode ou não falar para a sociedade como um todo. Exemplo, algumas narrativas podem falar diretamente de negro/negra para negro/negra (intragrupo).

Fonte: LEITE, Francisco. As brasileiras e a publicidade contrainuitiva: Enfrentamento do racismo pela midiatização da imagem de mulheres negras. Alameda, 2018.

De acordo com o quadro explicativo proposto por Leite (2018), é possível compreender de quais formas a publicidade contraintuitiva busca desconstruir estereótipos negativos e promover novas representações de minorias na mídia. A publicidade contraintuitiva é classificada como específica, quando atua diretamente na reavaliação dos estereótipos ao apresentar narrativas que os desestabilizam e reforçam novas identidades positivas, e inespecífica, quando promove a visibilidade de grupos minoritários sem necessariamente confrontar ou reverter estereótipos.

Enquanto a abordagem específica busca impactar a sociedade como um todo, desafiando concepções tradicionais, a abordagem inespecífica pode operar de forma mais sutil, possibilitando a inserção de minorias em contextos neutros ou direcionados a grupos específicos. Ambas as formas contribuem para a ampliação da diversidade e da inclusão na comunicação midiática, ainda que com diferentes estratégias e impactos na percepção social.

Apesar de válidas, representações que desconstróem estereótipos não são capazes de eliminar ou combater efetivamente o racismo, como destaca o autor:

No entanto, não se deve confundir em hipótese nenhuma essa expectativa com a conquista da cidadania das minorias sociais pelo consumo, ou esta como moeda de troca de mercado. O que se busca indicar é simplesmente as possibilidades que a publicidade como narrativa midiática poderia liderar ao participar dos esforços para a (re)construção de outras expressões e visões sociais em relação à consideração de minorias sociais nas “configurações comunicativas” (HEPP e HASEBRINK, 2013) (LEITE, 2018, p. 71)

Resgatando o que trouxemos acerca dos conceitos de publicidade e propaganda de Bolaño (2000), é possível construir uma argumentação em que os estereótipos que podem ser desconstruídos por meio da própria mídia, ou da publicidade contraintuitiva como pontua Leite (2018) são, na verdade, imagens de controle (um conceito de Patricia Hill Collins da qual especificaremos mais adiante) estratégicas para o capital e para o estado. A construção e desconstrução de narrativas racistas e preconceituosas são baseadas historicamente em interesses políticos e econômicos (SANTOS, 2021).

O país estava caminhando para o fim da escravidão e se viu politicamente em um dilema: como uma nação de maioria negra e mestiça pode avançar e se desenvolver? Assim começou o processo de incentivo a imigração europeia, a fim de branquear a população. “Sabemos que num período de menos de 25 anos (de 1890 a 1914) chegaram 2,5 milhões de europeus ao

Brasil; quase um milhão deles (987.000) tinham suas viagens de navio financiadas pelo Estado.” (Hofbauer, 2007, p.01). Percebe-se que se o projeto de importar mão-de-obra branca já estava acontecendo antes mesmo da escravidão ser de fato abolida, é nesse ponto que o racismo se instala definitivamente como parte da estrutura. Nunca foi uma opção reparar a população escravizada e viver igualmente em sociedade, mas a partir destes fatos, os próximos passos levaram a projetos políticos maiores de marginalização, criminalização e genocídio da população negra. (SANTOS, p. 18, 2021)

Como mencionamos no capítulo “O que é Racismo no Brasil?”, a democracia racial foi fundamental para a perpetuação do racismo ao longo da história do Brasil e o racismo, por sua vez, fundamental para o desenvolvimento político e econômico do país que desde a escravidão baseia seus processos de acumulação do capital em um hierarquia social que mantém a população negra, sobretudo as mulheres negras, na base da sociedade. As narrativas emergem das necessidades do estado e do capital, são mediadas pela Indústria Cultural e chegam até nós, trabalhadores (Bolaño, 2000).

Assim como a comunicação entre duas pessoas no processo de circulação de mercadorias era essencial, também foi essencial que através da comunicação se instalasse a imagem internacional do Brasil como um exemplo de democracia racial.

Em 1968, para exemplificar, um delegado do Brasil nas Nações Unidas, durante a discussão da doutrina apartheid da África do Sul, afirmou o antirracismo do país declarando o seguinte: “Essa posição é conhecida e é invariável. Ela representa a essência mesma do povo brasileiro, que nasceu da fusão harmoniosa de várias raças, que aprenderam a viver juntas e a trabalhar juntas, numa exemplar comunidade (NASCIMENTO, 1978).

Nascimento ainda pontua assertivamente sobre a relação estreita que os ideais difundidos da democracia racial e do embranquecimento no Brasil possuem com o projeto de genocídio da população negra:

Devemos compreender “democracia racial” como significando a metáfora perfeita para designar o racismo estilo brasileiro: não tão óbvio como o racismo dos Estados Unidos e nem legalizado como o apartheid da África do Sul, mas institucionalizado de forma eficaz nos níveis oficiais de governo, assim como difuso e profundamente penetrante no tecido social, psicológico, econômico, político e cultural da sociedade do país. Da classificação grosseira de negros como selvagens e inferiores, ao enaltecimento das virtudes da mistura de sangue como tentativa de erradicação da “mancha negra”; da operatividade do sincretismo religioso a abolição legal da questão negra (...) A história não-oficial do Brasil registra o longo e antigo genocídio que se vem perpetrando contra o afro-brasileiro (NASCIMENTO, 1978).

Nascimento conclui:

Monstruosa máquina ironicamente designada "democracia racial" que só concede aos negros um único privilégio: aquele de se tornarem brancos por dentro e por fora. A palavra senha desse imperialismo da brancura, e do capitalismo que lhe é inerente, responde a apelidos bastardos como assimilação, aculturação, miscigenação; Mas sabemos que embaixo da superfície teórica permanece intocada a crença na inferioridade africana e nos seus descendentes (NASCIMENTO, 1978).

Apesar de reconhecer que a publicidade contraintuitiva não resolve todos os problemas que o racismo impõe, Leite (2018) acredita que a construção teórica proposta acerca da aplicação conceitual da publicidade contraintuitiva "possa ser útil ao campo publicitário, especialmente, para contribuir com os debates sociais sobre as repercussões colaborativas da mídia para uma sociedade mais equânime".

Com base nas ideias que propomos a partir dos estudos críticos da EPC acerca da comunicação, discordamos teoricamente no que diz respeito à capacidade de colaboração da mídia para a construção de uma sociedade mais equânime. Tendo em vista que compreendemos a comunicação como uma forma social do capital, a Indústria Cultural, bem como a publicidade e a comunicação como um todo, não somente refletem comportamentos massivos da sociedade, mas constroem discursos de acordo com o que beneficiará as empresas privadas que formam o capitalismo.

O próprio diagrama 3 apresentado por Leite (2018), traz a crítica, resultado de uma parte de sua análise com base em entrevistas com mulheres brancas e negras em contato com publicidades que possuíam protagonistas negras e negros, o fato de que em muitos casos, a inserção publicitária de negros e negras não se dá por fatores sociais, mas sim mercadológicos.

**Figura 4** - Diagrama Uso da Imagem dos Negros como Estratégia Mercadológica



Fonte: LEITE, Francisco. As brasileiras e a publicidade contraintuitiva: Enfrentamento do racismo pela midiatização da imagem de mulheres negras. Alameda, 2018.

Dentre as falas das entrevistadas da pesquisa de Leite (2018), o autor identificou percepções pertinentes que chamam atenção pelo incômodo com o fator motivador das publicidades com protagonistas negras.

Pelas interações das mulheres negras e brancas com os anúncios contraintuitivos com a presença de mulheres negras em papéis de protagonistas, algumas questões salientam-se nos seus discursos, como a questão do uso da mulher negra (e do negro) para expressar para a sociedade a possibilidade de que quaisquer e/ou todas as pessoas podem alcançar os seus objetivos de consumo indicados nas narrativas da publicidade. Porém, o que isso significaria? De um lado, isso talvez signifique que provavelmente o uso “mais qualificado” da imagem do negro esteja sendo demarcado estrategicamente na publicidade, ou seja, a imagem do negro e da negra está servindo à publicidade como um facilitador na comunicação com a sociedade, especialmente junto às classes econômicas mais populares. Já de outro lado, este motivador positivo pode provavelmente esconder uma estratégia preconceituosa e velada, que utiliza o histórico de superação dos negros, marcado pela profunda opressão da escravidão no Brasil. Em outras palavras, a publicidade explora a memória coletiva acerca da história de opressão social do negro. Isso, para demonstrar que, se até esses indivíduos com todas as dificuldades enfrentadas cotidianamente conseguiram e estão conseguindo atingir os objetivos ilustrados nos anúncios, também você (qualquer outra pessoa que não seja negra), até com certo nível de

facilidade, pode alcançar. Desse modo, a imagem do negro carrega essa mensagem intrínseca (priming) de superação que é explorada pelo campo publicitário para estimular um provável jogo cognitivo no processamento informativo dos indivíduos frente aos contextos dos anúncios, associando a imagem do negro a estímulos de conquistas sociais e econômicas. (LEITE, p. 219, 2022)

Nessa perspectiva apresentada pelo autor, que se aproxima do que propomos tendo como base a EPC, Leite compreende que interpretar a presença de negros na mídia dessa maneira, alerta para o fato de que “inserir qualitativamente indivíduos dessa categoria social nos seus discursos no contemporâneo não se estabelecem por interesses sociais” mas por interesses econômicos perspectivados pelo potencial de compra.

Além disso, quando nos deparamos com os depoimentos de mulheres negras que consideram que os anúncios com protagonistas negras além de ter apelo comercial, transmitem uma mensagem de “se ela consegue, eu também consigo”, identificamos um fator que consideramos preponderante para a manutenção do racismo pós-abolição da escravatura, conforme mencionamos no capítulo anterior: o discurso da meritocracia. Esse caminho também nos permite pensar que, de fato, as estratégias de manutenção das hierarquias sociais resultantes do sistema da escravidão que originou o racismo estrutural, mudaram. A aparência não pode mais parecer racista ao mesmo tempo que não cabem mais imagens explicitamente racistas.

Analisando por esse prisma, esse argumento não se distancia muito do que é possível buscar na história do Brasil. A abolição também se deu por motivos econômicos, ainda mais pelo potencial de consumo que a população negra poderia representar. A pressão exercida pela Inglaterra sobre o Brasil para a abolição da escravidão ao longo do século XIX, se deu com o avanço da Revolução Industrial, quando os britânicos passaram a adotar e difundir o modelo de trabalho assalariado, que se mostrava mais vantajoso para o crescimento do capitalismo industrial.

A expansão de mercados consumidores era essencial para o escoamento da produção manufatureira inglesa, e, nesse sentido, a substituição da mão de obra escravizada por trabalhadores livres permitiria um aumento no consumo interno dos países parceiros, incluindo o Brasil. Além disso, como potência marítima e comercial, o tráfico negreiro não era interessante para a Inglaterra, que proibiu a prática em 1807. O trecho retirado de Santos (2021) reforça as informações acima:

A escravidão era um negócio altamente lucrativo. Os escravizados eram mão de obra em diversos setores da sociedade, desde o trabalho no campo até trabalhos na cidade, tão lucrativo que a alta porcentagem de mortalidade nos navios negreiros compensava, segundo Eric Williams (2012) “A escravidão foi uma instituição econômica de primeira importância. Tinha sido a base da economia grega e erguera o Império Romano. Nos tempos modernos forneceu açúcar para as xícaras de chá e café do mundo ocidental.” (SANTOS, 2021, p. 26)

No capitalismo, as aparências importam, e muito, ao mesmo tempo que as contradições são inerentes às suas formas. Uma das maneiras de se apagar contradições é presentificando aquilo que é histórico. O imediatismo, característica nata do modo de vida capitalista, também foi deslocado para os problemas sociais de base histórica. De modo que o foco não está mais nas relações sociais, econômicas e históricas e em como revertê-las, mas se na publicidade X de um produto Y, tem uma, duas ou nenhuma pessoa racializada.

Tal olhar, produto evidentemente de uma primeira apreensão do fenômeno – o racismo aparece, à primeira vista, como um comportamento, uma atitude que se explicaria apenas pelo caráter ou pela conduta da pessoa – tenta se travestir de uma perspectiva estrutural ao essencializar o sujeito praticante em um lugar racializado. O branco é assim mesmo, faz “branquice” e não há o que fazer. Em outras palavras, o que se quer expressar como racismo estrutural não passa de uma concepção estruturalista de racismo. A essencialização da raça como definidora dos comportamentos congela historicamente essa condição (OLIVEIRA, 2021, p. 62)

### 3.2 IMAGENS DE CONTROLE

Como já mencionamos, as narrativas pós-abolição da escravidão no Brasil foram construídas com o objetivo de mascarar contradições existentes. Dentre as estratégias utilizadas pelo estado e capital, destacamos o conceito de Democracia Racial e as políticas de embranquecimento, que ilustramos com a obra artística *A Redenção de Cam*. Vender uma imagem publicitária de um Brasil sem racismo onde a miscigenação se tornou uma dádiva sustentou politicamente o estado brasileiro — e para isso, a função propaganda e a Indústria Cultural cumpriram seus papéis conforme manda o figurino. Um exemplo é o enredo de uma das mais célebres produções da dramaturgia brasileira, criada somente nos anos 2000, mas que emplaca o mesmo discurso pós-abolicionista de celebração da diversidade, miscigenação e a criação de imagens de controle racistas.

*Senhora do Destino* (2004) é uma novela que gira em torno da saga de M. do Carmo, uma mulher nordestina que, em 1968, foge da seca e da miséria com seus

cinco filhos pequenos para o Rio de Janeiro. Ao chegar, sua filha recém-nascida, Lindalva, é sequestrada por Nazaré Tedesco, a vilã que a cria como sua própria filha, batizando-a de Isabel. Anos depois, Maria do Carmo se torna uma empresária bem-sucedida, mas nunca desiste de procurar sua filha desaparecida. Paralelamente, Nazaré segue praticando suas maldades para manter sua mentira de pé, incluindo assassinatos e manipulações.

A novela, de Aguinaldo Silva, transmitida pela Rede Globo de Televisão, contém em seu enredo mensagens que reforçam ideias centrais para o estado e capitalismo brasileiros, como a ideia de meritocracia sutilmente incorporada à história da personagem Maria do Carmo, que apesar da origem pobre e dos desafios que passou como retirante nordestina e mãe solo de cinco filhos, conseguiu vencer na vida e se tornar uma empresária de sucesso.

Além da trama que envolve os personagens principais, Senhora do Destino mostra o dia a dia de uma escola de samba da baixada santista, a Unidos de Vila São Miguel, uma agremiação fictícia que representa o amor e a ligação dos personagens com o carnaval e a cultura popular. A escola tem forte presença no enredo geral e serve de pano de fundo para discussões sociais que emergiam na época, entre elas, representadas na frase “lugar de brasileiro é no Brasil” dita pelo carnavalesco da escola Unidos de Vila São Miguel, após o retorno da rainha da bateria da escola, que para se recuperar de uma desilusão amorosa aceita trabalhar como dançarina de samba na Europa.

Outra questão social que a novela traz é a violência doméstica, através da história do casal Rita e Cigano. Rita de Cássia (Adriana Lessa) é uma mulher batalhadora, casada com Cigano (Ronnie Marruda), um homem violento e possessivo. Cigano tem um temperamento agressivo, especialmente em relação à esposa. Rita, cansada do comportamento abusivo do marido, se apaixona por Constantino (Nuno Melo), um português. Rita e Cigano são pessoas negras. A representação do personagem cigano reforça a imagem de controle do homem negro violento e problemático, enquanto quem salva a personagem Rita, é o personagem branco e português.

**Figura 5** - Personagens Cigano e Rita na novela Senhora do Destino (2004)



Fonte: Divulgação/Rede Globo

Como padrão, todas as novelas antigas, como *Senhora do Destino*, que são reprisadas ou estão disponíveis no streaming Globoplay da emissora, possuem o alerta antes de cada episódio “esta novela reproduz comportamentos da época”. De fato, quando falamos de produções da Indústria Cultural, cada uma delas se insere em um contexto histórico e político. O que nos resta articular é se estamos falando de representações ou de construções de imagens de controle, já que foram as novelas, filmes, publicidades e outras produções culturais, que sempre moldaram o imaginário coletivo.

São inúmeros os exemplos que podemos trazer de conteúdos preconceituosos e estereotipados que já foram veiculados em emissoras de TV e afins. O que pode nos fazer pensar que o problema do racismo no Brasil poderá ser minimizado trazendo novas narrativas acerca das pessoas negras na Indústria Cultural. Um dos exemplos recentes que podemos citar, é *Vai na Fé*, uma novela brasileira exibida pela TV Globo em 2023, escrita por Rosane Svartman.

O enredo conta a história de Sol (Sheron Menezes), uma mulher negra batalhadora que, na juventude, sonhava em ser cantora de funk gospel, mas precisou deixar a carreira de lado para sustentar a família. Anos depois, casada e

mãe de duas filhas, ela vende quentinhas no Rio de Janeiro para sobreviver. A vida de Sol muda quando recebe um convite inesperado para ser backing vocal do cantor pop Lui Lorenzo (José Loreto), um artista extravagante e mulherengo que está em decadência. Mesmo enfrentando resistência do marido, Carlão (Che Moais), e de sua comunidade evangélica, Sol decide aceitar a oportunidade e embarca em uma jornada de autodescoberta e sucesso.

No meio disso, ela reencontra Ben (Samuel de Assis), um advogado idealista que foi seu grande amor na juventude e nunca a esqueceu. A novela abordou temas como superação e empoderamento feminino, fé e espiritualidade, racismo e desigualdade social e o conflito entre tradição e modernidade. Um dos motivos que tornaram a novela um sucesso na internet foi o fato de grande parte do elenco ser formado por atores e atrizes negras, incluindo os protagonistas.

**Figura 6** - Personagens Sol e Ben de Vai na Fé (2023)



Fonte: Divulgação/Rede Globo

É notório o extremo oposto das representações de personagens negros nas duas novelas que citamos acima (Senhora do Destino e Vai na Fé). Também é notório que ao longo dos anos a forma como negros e negras, assim como outras minorias estão sendo inseridas em produções culturais, mudou. Usando a novela "Vai na Fé" como exemplo, podemos ver que a produção televisiva tem números que demonstram um impacto positivo significativo nas redes sociais. A novela foi

amplamente elogiada por sua representatividade ao colocar personagens negros como protagonistas e explorar suas histórias complexas, gerando um engajamento expressivo do público.

A novela também abordou temas relevantes como violência doméstica e diversidade religiosa. De acordo com a revista *Veja*, *Vai na Fé*, ainda nos primeiros capítulos, já acumulava mais de 1,8 milhão de menções no Twitter, número dez vezes maior do que a trama anterior da Rede Globo no mesmo período. No streaming, foram 162 milhões de espectadores desde sua estreia, tornando *Vai na Fé* a novela das sete com maior consumo histórico no Globoplay. No ranking de conteúdos on demand de 2023, a produção ficou atrás apenas de "Todas as Flores". Fizeram parte do elenco da novela cerca de 27 profissionais negros.

Falando especificamente de resultados financeiros, foram mais de 15 patrocinadores e 60 ações publicitárias ao longo de sua exibição, *Vai na Fé* alcançou o marco de novela das sete com maior faturamento na história da emissora, superando o recorde anteriormente detido por "Cheias de Charme" (2012).

Um dos motivos que especialistas e comentaristas da área apresentam para o sucesso comercial da novela é, em parte, a representatividade. Ter um elenco diverso e tratar de temas diversos, fez com que a novela conquistasse uma audiência também diversificada e, principalmente, engajada. Empresas como Coca-Cola e Claro são exemplos de marcas que se associaram à novela. Além do desempenho financeiro, "Vai na Fé" obteve êxito no streaming, alcançando mais de 162 milhões de pessoas desde a estreia.

São inúmeros os exemplos capazes de demonstrar não só as mudanças na forma de representação de pessoas negras em produções da Indústria Cultural, mas também que provam que a mudança tem refletido diretamente nos cofres das grandes empresas da área. Não restam dúvidas de que representatividade importa e vende. O que nos resta indagar é se todas as mudanças presentes na Indústria Cultural representam alguma transformação na esfera social-estrutural.

O conceito de Imagens de Controle desenvolvido pela socióloga Patrícia Hill Collins em seu livro *Pensamento feminista negro: conhecimento, consciência e a política do empoderamento*, traduzido e publicado pela Boitempo em 2019, tem muito a agregar aos estudos que aproximam comunicação e racismo sob a perspectiva da EPC. Para Collins, estereótipos opressores são usados para justificar e manter a marginalização de mulheres negras na sociedade. Essas imagens são

construções sociais que reforçam desigualdades raciais, de gênero e de classe, normalizando a opressão e limitando as possibilidades de existência das mulheres negras.

Collins identifica algumas representações recorrentes na cultura ocidental que sustentam estruturas de poder como: 1- Mammy – A mulher negra submissa, cuidadora das famílias brancas, desprovida de desejos próprios e sempre disposta a servir. Essa imagem legitima a exploração do trabalho doméstico das mulheres negras. 2- Matriarca – A mãe negra "dominadora" e supostamente responsável pelo fracasso da família negra. Esse estereótipo culpabiliza as mulheres negras pela pobreza e criminalização da juventude negra, desviando o foco das desigualdades estruturais. 3- Jezebel – A mulher negra hipersexualizada, promíscua e fora de controle. Essa imagem foi historicamente usada para justificar violências sexuais contra mulheres negras e desumaniza-las. 4- Mulher Negra Raivosa (Sapphire) – A mulher negra agressiva, rude e difícil. Esse estereótipo silencia as vozes das mulheres negras, retratando suas reivindicações por direitos como "excesso de raiva" ou "falta de feminilidade".

As imagens de controle não são simples estereótipos, são estruturas ideológicas individuais que sustentam o que Patrícia Hill Collins chama de Matriz de Dominação. A autora Winnie de Campos Bueno (2020) articula sobre o pensamento de Collins:

As imagens de controle são a dimensão ideológica do racismo e do sexismo compreendidos de forma simultânea e interconectada. São utilizadas pelos grupos dominantes com o intuito de perpetuar padrões de violência e dominação que historicamente são constituídos para que permaneçam no poder. As imagens de controle aplicadas às mulheres negras são baseadas centralmente em estereótipos articulados a partir das categorias de raça e sexualidade, sendo manipulados para conferirem às inequidades sociorraciais a aparência de naturalidade e inevitabilidade. Isso se dá porque as imagens de controle estão articuladas no interior da histórica matriz de dominação que caracteriza a dinâmica intersectada na qual as opressões se manifestam. O conceito de imagens de controle é o alicerce central desse trabalho, a definição dada por Patricia Hill Collins para este conceito indica uma representação específica de gênero para pessoas negras, que se articula a partir de padrões estabelecidos no interior da cultura ocidental branca eurocêntrica. O conceito de imagens de controle se diferencia das noções de representação e estereótipo a partir da forma com que as mesmas são manipuladas dentro dos sistemas de poder articulados por raça, classe, gênero e sexualidade. (BUENO, 2020, p. 71)

É interessante articular o pensamento de Collins com o que propomos junto ao que propõe a EPC ao inserir a Indústria Cultural em um contexto de mediação

social do capital, porque com base no que desenvolve a autora, Imagens de Controle se diferenciam das noções de representação e estereótipo. Há uma linha tênue entre os dois conceitos que lançam a seguinte problemática: é possível que exista representações dentro da Indústria Cultural e da publicidade e propaganda que não se estabeleçam como imagens de controle, mesmo que positivas?

Apesar do contexto de Collins ser norte americano, podemos traçar um paralelo entre a imagem de controle da Mammy, a mulher negra submissa, cuidadora das famílias brancas, com a história da matriarca da Família Dias Santos que trouxemos no primeiro capítulo deste trabalho. M. de Jesus, desde os seus 7 anos foi cuidadora e empregada doméstica de uma família branca e rica, em troca de ter onde morar e o que comer.

M. foi o que chamamos historicamente de ama de leite, muitas amas de leite eram mulheres negras escravizadas, forçadas a alimentar os filhos de seus senhores frequentemente em detrimento dos próprios filhos, reforçando hierarquias raciais e desigualdades sociais, além de ser um dos símbolos da exploração e da desumanização das mulheres negras.

Mesmo após o fim da abolição da escravidão imagens de controle perpetuaram lugares de subalternidade para a população negra e mecanismos racistas se encarregaram de naturalizar tais papéis. O caso de M. de Jesus, que se sente agradecida por tudo o que a família para quem trabalhava a proporcionou. Um fato curioso é que os filhos da patroa de M. desenvolveram o hábito de a chamar de Bel, por algum motivo desconhecido. Fato que fez com que seus próprios filhos mais velhos, R. e J., reproduzissem o hábito dos filhos dos patrões e trocassem MÃE por BEL.

A imagem da mammy está centralizada na lógica do mito da aceitação da subordinação. Essa figura foi fortemente difundida tanto nos Estados Unidos quanto no Brasil, tendo a mídia um papel preponderante nesse fenômeno, conforme explicarei no segundo item deste capítulo. No contexto norte-americano, Angela Davis destaca que a ideologia da feminilidade fortalecia o lugar da mulher a partir da maternidade, do cuidado, da relação de parceria com seus maridos e da afabilidade. Nesse sentido, mulheres negras eram vistas como anomalias, uma vez que eram consideradas trabalhadoras em tempo integral, as quais não podiam ser puras e afáveis. Angela Davis ainda explica como a figura da mammy se destinava a essencializar as mulheres negras no período da escravização a partir de um mito, o da escrava doméstica que obtinha benefícios ao se manter dentro das casas das famílias brancas. (BUENO, 2020, p. 89)

A imagem da Mammy é um dos exemplos de representações que mais do que estereótipos que refletem culturas e comportamentos, possuem razões econômicas, sendo fundamental para “a manutenção dos brancos em situações econômicas favoráveis em relação aos negros, mesmo em períodos de recessão econômica” (BUENO, 2020).

Não importa quão amadas elas foram por suas famílias brancas, trabalhadoras domésticas negras permaneceram pobres porque foram exploradas economicamente enquanto trabalhadoras em uma economia política capitalista. A economia reestruturada pós-Segunda Guerra Mundial, quando mulheres negras norte-americanas mudaram seus postos de trabalho das casas das famílias brancas para empregos de baixa remuneração, produziu uma exploração econômica diferente organizada de forma similar. Historicamente, muitas famílias brancas, tanto as da classe média quanto as da classe trabalhadora, foram capazes de manter sua posição de classe porque usaram as mulheres negras trabalhadoras domésticas como fonte de mão de obra barata (Rollins, 1985; Byerly, 1986). A imagem da mammy foi projetada para mascarar essa exploração econômica social (King, 1973). (COLLINS, 2019, p. 81)

Voltando ao exemplo da família Dias Santos, é importante destacar que mesmo trabalhando desde os 7 anos, tendo envelhecido e casado com A., que também trabalhou em situação análoga à escravidão durante boa parte da vida para os mesmos patrões, diferente do marido que em determinado momento passou a receber salário, M. nunca foi paga por seu trabalho. Mesmo nas próximas fazendas por onde A. passou, M. continuou exercendo atividades não remuneradas, um relato comum de outras mulheres negras cujo os maridos eram trabalhadores rurais.

Uma das personagens da teledramaturgia brasileira mais emblemática no que diz respeito à imagem de controle da Mammy é a Tia Anastácia, da obra O Sítio do Picapau Amarelo, criada por Monteiro Lobato.

**Figura 7 - Dona Benta e Tia Nastácia (personagens do Sítio do Pica Pau Amarelo)**



Fonte: Divulgação/Rede Globo

Tia Nastácia é representada como a empregada doméstica da fazenda de Dona Benta e a cozinheira do sítio, sendo responsável por cuidar das crianças Narizinho e Pedrinho. Apesar de ser retratada como uma figura afetuosa e sábia, sua construção está carregada de **estereótipos racistas** ligados à imagem da Mammy.

A personagem segue a lógica da mulher negra submissa, dedicada ao serviço dos brancos, sem vida própria ou desejos além de cuidar dos outros. Além disso, Monteiro Lobato utilizava termos pejorativos para descrever a personagem, reforçando a visão racista da época. Algumas edições mais antigas do livro incluem expressões que desumanizam Anastácia.

Outra imagem de controle que eu gostaria de destacar é a da Jezebel, a mulher negra hipersexualizada, promíscua e fora de controle. No Brasil, é possível identificar esse tipo de narrativa de dominação quando analisamos o histórico de violência sexual no período colonial contra mulheres negras e indígenas, algo que com a abolição da escravatura se transformou em mito e romance, sobretudo ao considerar a miscigenação, fruto dessas situações de abuso, como uma celebração (BUENO, 2020):

No contexto brasileiro, a imagem da mulata é o correspondente mais próximo da jezebel, embora tanto mulheres negras de tez mais clara, quanto mulheres negras de pele mais escura, tenham sido retratadas como máquinas sexuais incansáveis. Em termos de representação midiática, a versão da década de 1990 da novela *Xica da Silva* é um exemplo relevante para analisar os contornos do impacto da imagem da jezebel na mídia brasileira. A atriz Taís Araújo, à época relativamente incapaz, protagonizou a novela que retratava a história da escrava que se tornou nobre no estado de Minas Gerais no século XVIII. A novela foi a primeira da história da teledramaturgia brasileira a trazer uma mulher negra como protagonista, entretanto, as narrativas estabelecidas nesse produto consolidam a imagem de controle da jezebel, inclusive porque a pouca idade da atriz à época da novela possibilita a manifestação do estereótipo da *pretty baby*, o qual também está associado com a imagem de controle da jezebel. A *pretty baby* é uma imagem de controle que diz respeito à sexualização de crianças e jovens negros, a qual se dá de maneira mais naturalizada e precoce exatamente em razão da imagem da jezebel. Uma vez que pessoas negras teriam uma sexualidade exacerbada, descontrolada e excessiva, as meninas negras acabam sendo afetadas sensivelmente por essas representações. Há na imagem de controle da *pretty baby* a ideia de que meninas negras são sexualmente ativas e sexualmente irresponsáveis desde a tenra idade. (BUENO, 2020, p. 113)

A Imagem de controle de Jezabel não só influencia a forma como meninas negras de todo o mundo enxergam a si mesmas e são hiperssexualizadas pela sociedade, mas também configura um produto lucrativo para o Brasil pós-abolição da escravatura, trazendo a imagem da mulata, resultado da miscigenação de raças do país, como um produto internacional, daí o termo popular “mulata exportação”, que cunha a imagem das mulheres negras do Brasil para o mundo.

O termo “mulata exportação” ganhou força especialmente no contexto da cultura midiática e do carnaval, onde mulheres negras são frequentemente representadas como símbolos da sensualidade brasileira. A ideia de “mulata exportação” implica que mulheres negras no Brasil são valorizadas principalmente por sua estética e sexualidade, servindo como um “produto” que reforça a imagem do Brasil como um país de festa, prazer e exotismo.

Em mais um exemplo da vida real que ultrapassa os limites dos aparelhos de televisão, computadores e smartphones, em 2018, durante uma viagem para o Sul do país no mesmo período em que um torneio de futebol importante acontecia entre times da América Latina, sendo eu uma mulher negra de pele clara e cabelos cacheados, me deparei com uma situação imensurável: homens argentinos e uruguaios pedindo para que eu posasse para fotos ao lado deles. Minha imagem parecia representar uma persona que só se via em filmes ou novelas, mas que finalmente tiveram a chance de conhecer de perto. Foram inúmeras as situações de

assédio vivenciadas por mim naquela noite, a pouca idade me impediu de reagir ou sequer identificar a profundidade do problema em que eu estava diante. Eis a questão inicial deste trabalho: o racismo no Brasil não é óbvio.

Com base no esquema que apresentamos na Figura 3 e nas articulações de pensamento que colocam a comunicação como uma forma social do capital e um elemento do racismo (SANTOS, 2021), fica evidente o impacto e o peso que as imagens possuem dentro do sistema capitalista e, portanto, são importantes para a manutenção do racismo, mas ao mesmo tempo a hipótese que se estabelece cada vez mais ao longo deste trabalho é a de que não será por meio das imagens que a subversão do sistema será viabilizada ou simplesmente a decolonização das culturas do capitalismo dependente.

“As imagens de controle mascaram as contradições das relações sociais” (BUENO, 2020), o que a EPC determina como sendo a principal função da forma comunicação dentro do capitalismo. Nesse sentido, a lógica desse raciocínio nos leva a enxergar as articulações recentes da EPC como um caminho possível para unificar conceitos que possam convergir em argumentos robustos capazes de entender com mais assertividade a complexidade das relações sociais, sobretudo do racismo, dentro dos países de capitalismo dependente.

O caráter dessas contradições que tanto Collins, como nós e outros autores mencionam, está, portanto, naquilo que Bolaño (2000) chama de “informação de classe”. Aquilo que se manifesta na aparência mais elementar do modo de produção capitalista, ou seja, na circulação simples de mercadorias, reposicionado pelas relações de poder do terreno oculto da produção, retornando num nível mais concreto, a fim de mascarar nas complexas relações sociais de nosso cotidiano aquilo que Bolaño compreende como uma informação de classe e que constatamos ser também uma informação racista, já que a hierarquia, como mencionamos no primeiro capítulo, é uma característica inerente e fundamental para o modelo econômico que se desenvolveu em países como o Brasil após a abolição da escravidão.

Opressões interseccionais de raça, classe, gênero e sexualidade não poderiam continuar a existir sem justificativas ideológicas poderosas. Como defende Cheryl Gilkes, a “assertividade das mulheres negras, bem como o uso que fazem das expressões de racismo para combater a desigualdade no todo, têm desafiado o status quo de maneira consistente e multifacetada. Como punição, as mulheres negras têm sido atacadas com uma série de imagens negativas”. Retratar as afro-americanas com os estereótipos da mammy, da matriarca, da mãe dependente do Estado e da gostosa ajuda a

justificar sua opressão. Desafiar essas imagens de controle é um dos temas principais do pensamento feminista negro. Como parte de uma ideologia generalizada de dominação, as imagens estereotipadas da condição de mulher negra assumem um significado especial. Dado que a autoridade para definir valores sociais é um importante instrumento de poder, grupos de elite no exercício do poder manipulam ideias sobre a condição da mulher negra. Para tal, exploram símbolos já existentes, ou criam novos. Hazel Carby sugere que o objetivo dos estereótipos não é "refletir ou representar uma realidade, mas funcionar como um disfarce ou mistificação de relações sociais objetivas". Essas imagens de controle são traçadas para fazer com que o racismo, o sexismo, a pobreza e outras formas de injustiça social pareçam naturais, normais e inevitáveis na vida cotidiana. Mesmo quando as condições iniciais que promovem as imagens de controle desaparecerem, tais imagens se mostram bastante tenazes, pois não apenas subjugam as mulheres negras estadunidenses como também são essenciais para manter as opressões interseccionais. O status de outsider das afro-americanas se torna o ponto a partir do qual outros grupos se definem como normais. (COLLINS, 2019, p. 136)

Portanto, o conceito de Imagens de Controle, nos permite articular sobre a importância das imagens para a construção de narrativas de poder, mas também acendem uma luz para a problematização que propomos: as imagens são efetivamente capazes de contribuir para a subversão de um sistema racista?

### 3.3 EPC E REPRESENTAÇÃO

Até agora, articulamos alguns dos principais tensionamentos acerca do racismo no Brasil e contextualizamos o papel da comunicação para a permanência do racismo como um elemento das relações sociais por meio das funções da Indústria Cultural, que por sua vez, é a instância mediadora entre os interesses capitalistas e o público, articulamos os conceitos da EPC com os conceitos de Publicidade Constraintuitiva (LEITE, 2018) e Imagens de Controle (COLLINS, 2019). Nosso objetivo foi demonstrar que o racismo no Brasil é uma questão complexa e profunda que permeia todos os níveis das relações e que a comunicação não é capaz de desarticular aspectos do racismo, como a criação de estereótipos ou imagens de controle (COLLINS, 2019), porque é uma forma social do capital.

Dito isso, chegamos à principal questão deste trabalho: a conceituação do que chamamos de Representatividade Capitalizada. Ter como objetivo uma análise crítica da representatividade não diminui a importância da representatividade negra na mídia, assim como de outras minorias sociais, nem diminui o fato de que qualquer conquista que tenhamos é resultado da luta e do trabalho diário de movimentos sociais e do movimento negro em específico.

“O racismo já não ousa se apresentar sem disfarces” (SODRÉ, 2023), estamos diante de uma nova era, com novas configurações do racismo. Vale trazer de volta a expressão que Dennis de Oliveira utiliza ao alertar para os perigos de enxergar no “empoderamento” financiado pelo capital, um caminho possível para o fim do racismo, o que ele chama de “O canto da sereia”. A metáfora de Oliveira é conclusiva, porque nos coloca diante da ideia folclórica de algo ilusório que nos leva à perdição. É fácil se deixar iludir por narrativas disruptivas, que colocam o negro em lugares antes negados a ele, mas não se pode esquecer que se algo é capitalista é também contraditório.

Imagens de controle como a da Mammy e Jezebel (COLLINS, 2019), não refletiam em nada a realidade das mulheres negras afro-americanas, mas serviram para apagar simbolicamente as atrocidades da escravidão, criando a crença de que a vida das mulheres negras nesse período “não foi tão ruim assim”. Ou seja, as imagens de controle mediadas pela Indústria Cultural sustentam mais do que ideologias e crenças, sustentam hierarquias sociais.

No coração das memórias das elites ainda persistem centenas de imagens de controle que neutralizam em suas mentes os impactos que a manutenção de seus privilégios econômicos e sociais causaram na vida da população negra. As imagens de controle são propagadas de forma tão massiva e constante na mídia por uma razão bastante específica: é confortável para a comunidade branca que existam justificativas que lhes retirem a responsabilidade de responder pelo contínuo de violência que a exploração econômica dos povos negros significou na construção do status quo da branquitude. A mammy de E o vento levou, a tia Jemima das caixas de massa de panqueca norte-americanas e a tia Anastácia de O sítio do Pica Pau Amarelo são irmãs de nações diferentes, mas que foram imaginadas pelos mesmos senhores que precisavam manter acesas suas fantasias mais românticas a respeito do período de desumanização e violência caracterizado pela escravização de negros e negras. (BUENO, 2020, p. 117)

A menção à mammy de E o Vento Levou, à tia Jemima e à tia Anastácia<sup>5</sup>, trazidas por Bueno (2020), evidencia como figuras semelhantes foram criadas em diferentes contextos nacionais, mas sempre com o objetivo de sustentar uma visão romantizada da escravidão e controlar narrativas.

---

<sup>5</sup> Tia Jemima (*Aunt Jemima*, em inglês) foi uma personagem estereotipada usada como marca de uma linha de panquecas e xaropes nos Estados Unidos. Criada no final do século XIX, essa figura retratava uma mulher negra, geralmente sorridente e vestida como uma **mammy**, um estereótipo racista da mulher negra submissa e dedicada ao serviço doméstico das famílias brancas. Assim como a *mammy* de *E o Vento Levou* e a *tia Anastácia* no Brasil, *Aunt Jemima* serviu para perpetuar a ideia de que as mulheres negras eram naturalmente destinadas ao trabalho doméstico e ao cuidado dos brancos, apagando a realidade da exploração e da violência histórica.

Essas imagens reforçam a ideia de que a exploração das mulheres negras no trabalho doméstico era natural, mascarando a violência histórica desse processo. Um ponto crucial para a interpretação do conceito de imagens de controle e também para compreender as contradições que a publicidade contraintuitiva pode conter, é que todos os esforços para controlar narrativas, ideologias e crenças acerca das pessoas negras pela Indústria Cultural se dá principalmente para a manutenção da branquidade e seu status de poder, mesmo que simbólico. Os estereótipos e imagens de controle que trouxemos como exemplo neste presente capítulo, não representam a forma como as pessoas negras se veem, mas como a branquidade dominante precisa que a população negra se estabeleça. Parece óbvio, mas não é. Entender essa questão é determinante para entender a hipótese de que a mudança nos mecanismos de representação da negritude na mídia não resolve o problema do racismo, apenas transforma a forma como ele se manifesta na sociedade, assim como a democracia racial se apresentou no Brasil pós-abolição como um argumento para fazer desaparecer a maior barbárie da história do país.

Novos estereótipos são criados e outras imagens de controle surgem, se adaptando ao politicamente correto e a era do empoderamento, não porque os grandes executivos e profissionais de marketing entenderam agora que ser racista é errado e está fora de moda, mas porque a comunidade negra não aceita mais ter seus corpos representados de forma inferiorizada e ridicularizada, assim como em um determinado momento, tornou-se inviável justificar escravidão com religião.

Sendo assim, a lógica do capital precisa ser alterada para garantir público, audiência, mercados de consumo e hierarquias sociais, sem que o racismo seja escancarado. É preciso uma pseudo natureza do racismo para performar uma normalidade forçada. Novas regras e limites simbólicos se estabelecem e a publicidade contraintuitiva (Leite, 2018) se torna cada vez mais a regra e não a exceção. No próximo capítulo falaremos não só o que a representatividade capitalizada representa, como para quem a representatividade capitalizada importa.

Como vimos neste capítulo, de fato houveram mudanças significativas na forma como o negro é representado na Indústria Cultural, mas será que essas mudanças na aparência são capazes de superar os problemas históricos que apresentamos no primeiro capítulo? Ser racista está fora de moda, mas o racismo parece continuar na jogada. O que se nota é que a Indústria Cultural não é uma arma capaz de nos auxiliar a superar o racismo, mas uma ferramenta capaz de

incorporá-lo de diferentes maneiras, produzindo trabalhadores convictos e exaustos, reféns de um sistema que adoece em nome da acumulação do capital.

#### 4 ENFIM, A REPRESENTATIVIDADE CAPITALIZADA

Audiência, mercadoria, consumo e trabalho — a representatividade capitalizada é a expressão mais consciente do racismo moderno, não escancara contradições, mas incorpora. A representatividade capitalizada é o sintoma latente de uma sociedade capitalista em crise, é ao mesmo tempo uma forma de apagar contradições simbólicas, atender demandas do público e manter o caráter de mediação da Indústria Cultural e suas funções com eficácia e ainda mais velocidade na circulação de mercadorias.

Ainda não conseguimos dizer com exatidão quando e como adentramos na era da representatividade capitalizada, mas por gerações, estamos assistindo a elencos de filmes, novelas, campanhas publicitárias e agora séries de streaming, mudarem completamente a aparência. Onde antes eram estereótipos e imagens de controle racistas, agora é diversidade.

É fato que estamos diante de mais uma transição importante no modo como as coisas funcionam dentro do capitalismo. Além de uma mudança na aparência do racismo, temos vivenciado mudanças no funcionamento do que Bolaño (1988) denomina como padrão tecno-estético no que diz respeito à forma comunicação.

Originalmente chamado “padrão de qualidade”, por referência ao “padrão Globo de qualidade”, expressão utilizada pela emissora em sua autopromoção, o conceito foi definido (Bolaño, 1988) de forma empírica por uma necessidade imediata de classificar os dois tipos de televisão existentes no Brasil até o início dos anos 80, caracterizados por duas linguagens televisivas diferentes, ligadas a dois tipos de programação e duas estratégias competitivas específicas, em função da oposição existente entre duas estruturas de capital, de organização de empresa, duas formas de gestão, de disponibilidade de recursos tecnológicos, de poder financeiro e etc. O fato importante era que o “padrão Globo” se traduzia em exigências de investimento, de capacidade técnica, de organização, que impedia as outras empresas de ter acesso às faixas de audiência fidelizadas pela líder (BOLAÑO, 2000, p. 233).

Mais adiante, Bolaño exemplifica a condição de poder simbólico da Globo com o caso da TV Manchete, que, mesmo com capacidade econômica similar, demorou quase uma década para arranhar a mesma posição da Globo em nível de audiência do horário nobre, ao exibir a novela Pantanal. A concepção particular de Bolaño de padrão tecno-estético é definida por ele como “uma configuração de técnicas, de formas estéticas, estratégias, de determinações estruturais, que

definem as normas de produção cultural historicamente determinadas de uma empresa ou de um produtor cultural” (BOLAÑO, 2000, p. 234).

É esse poder simbólico presente em um certo “padrão” que garante força à emissora para negociar no mercado da publicidade. No capítulo anterior citamos as mudanças nas apresentações de personagens negros em produções culturais específicas da rede Globo, bem como as relações de certos personagens com o conceito de imagens de controle (COLLINS, 2019). Em um exemplo recente das mudanças no eixo do padrão tecno-estético, vale dizer que a TV Globo relançou a novela clássica de 1988, *Vale Tudo*, com adaptação de Manuela Dias, celebrando os 60 anos da emissora e os 75 da televisão brasileira.

O remake estreou em 31 de março de 2025. O roteiro atualiza a trama para refletir a era digital e temas contemporâneos: Maria de Fátima, antes aspirante a modelo, agora é influenciadora; o núcleo LGBTQ+ ganha representatividade e personagens como Odete Roitman (agora vivida por Débora Bloch) e Poliana têm perfis revisados, bem como a personagem Raquel, agora interpretada por Taís Araújo na nova versão.

**Figura 8** - Comparação entre protagonistas da novela *Vale Tudo* exibida pela Rede Globo em 1988 e reexibida em 2025 (Bella Campos e Taís Araújo x Regina Duarte e Glória Pires)



Foto: Globo/Fábio Rocha; Globo/Divulgação

Quando visualizamos essa situação específica sob o prisma da EPC, chegamos a uma questão já pontuada por Bolaño (2000), que é a existência de limites à manipulação, que é justamente a “necessidade que a Indústria Cultural tem de responder a exigências do próprio público”, o que configura a Função Programa, como mencionamos no segundo capítulo. Quando falamos de representatividade de grupos socialmente minoritários na Indústria Cultural, estamos falando também de uma demanda de mercado. A Indústria Cultural é a instância mediadora entre os interesses do capital e do estado, de um lado, com o público, de outro; portanto, é na função programa que a mágica acontece: a Indústria Cultural absorve as exigências do público, reconfigurando a abstração da audiência como mercadoria, viabilizando o alcance publicitário almejado pelos anunciantes e, com isso, protegendo os interesses do capital no setor.

De acordo com a edição do estudo Inside Vídeo 2025, produzido pela Kantar IBOPE Media, o formato vídeo impactou 99,54% da população brasileira em 2024. Em um único dia analisado, o alcance do vídeo chegou a 63,65% dos brasileiros, subindo para 87,02% em uma semana e 94,41% ao longo de um mês. O tempo médio diário total de consumo chega a 5 horas e 9 minutos. Aparelhos de TV e CTVs (qualquer aparelho de televisão que esteja conectado à internet, permitindo o acesso a conteúdos via streaming, aplicativos e plataformas digitais) ainda lideram o ranking da atenção do consumidor com 5 horas e 38 minutos à frente de desktops, tablets e smartphones (KANTAR IBOPE MEDIA, 2025).

Apesar da liderança clara da televisão enquanto dispositivo, pesquisas recentes como a que citamos acima, apontam cada vez mais para um perfil híbrido da audiência, fazendo com que a publicidade demande estratégias conhecidas como cross-device — ações publicitárias planejadas para alcançar, engajar e medir usuários em diferentes dispositivos (celulares, tablets, computadores e TVs conectadas). As mudanças no comportamento do consumidor em relação à Indústria Cultural acontecem em um ritmo cada vez mais acelerado, mas não é de hoje.

A partir dos anos 2000, a internet (web 2.0), trouxe marcos importantes para o mercado. É nesse período, que Bolaño e Figueiredo (2017), entendem que a função programa ganha o aspecto de interação. Portanto, a função programa, agora função interação, pressupõe que todo fluxo de conteúdo, publicidade e propaganda, são definidos e distribuídos a partir da interação do público com as próprias empresas e produtores culturais. Os fundamentos centrais da forma comunicação, da Indústria

Cultural como instância mediadora entre capital e estado e as funções publicidade e propaganda, continuam os mesmos, a diferença é que o limite não está mais na grade de programação da televisão aberta e tradicional.

Nas redes sociais, a função de programação é amplamente substituída pelo que aqui definimos como função de interação. Os atores da internet, por meio de algoritmos, distribuem o fluxo de conteúdo, publicidade e propaganda de acordo com as interações dos indivíduos com empresas, produtores de conteúdo e outros indivíduos. A mídia de massa há muito atua como mediadora entre o Estado e a cidadania e entre o mercado e os consumidores. Grandes conglomerados de comunicação continuarão a desempenhar esse papel, produzindo conteúdo e fazendo parte do complexo de colonização do mundo da vida, mas agora farão esse trabalho de mediação na companhia de outros parceiros importantes: as chamadas redes sociais e os atores da internet (BOLAÑO; FIGUEIREDO, 2017, p. 36 [tradução nossa]).

O remake da novela Vale Tudo que citamos acima é um exemplo claro do novo momento em que a Função Programa se encontra. Nem mesmo as novelas estão restritas aos aparelhos convencionais de TV aberta, para além da disponibilização do conteúdo na plataforma de streaming da emissora, o GloboPlay, personagens da novela ganharam perfis nas redes sociais. A vilã, Maria de Fátima, na versão revisitada do enredo é uma influencer digital com um perfil ativo na rede social Instagram (@fatimaaciolireal), que já acumula mais de 500 mil seguidores.

A função interação aplicada à situações como a do remake de Vale Tudo, demonstra uma mudança na maneira como a mercadoria-audiência é produzida, é preciso prender a atenção do trabalhador à tela e fomentar seu engajamento. Ainda sobre o perfil da personagem Maria de Fátima, uma estratégia de marketing chamou atenção do público, a influenciadora da novela, entrou em uma trend, levando a internet à loucura, Maria de Fátima aparece em um vídeo viral provando o doce “morango do amor”.

**Figura 9** - A atriz Bella Campos como Maria de Fátima, personagem do remake da novela Vale Tudo entra em trend viral do “morango do amor” na rede social Instagram



Fonte: divulgação/Instagram

A publicação repercutiu de maneira estrondosa entre os seguidores do perfil da personagem e em páginas de fofoca da internet, como o perfil Hugo Gloss (@hugogloss). O perfil real para uma personagem fictícia também já rendeu publicidades milionárias, como um contrato com a Comfort, marca de amaciante concentrado para roupas. O release publicado no portal Gshow, aponta para qual foi a estratégia da marca.

A escolha de integrar Comfort à novela reforça a tradição da marca em explorar o entretenimento como meio de conversa com o consumidor. O merchan não interrompe a narrativa – ele é construído como parte natural do enredo, alinhado ao estilo e comportamento da personagem. Essa abordagem fortalece a proposta criativa da campanha: criar conexões genuínas com o consumidor ao se inserir culturalmente nos espaços que ele já consome e ama (GSHOW, 2025)

Apesar de curiosa, a estratégia não é inovadora, pelo contrário, é um modelo tradicional de publicidade através do entretenimento. Na própria novela *Senhora do Destino* (2004) que citamos no capítulo anterior, empresas como a operadora Claro e até mesmo a marca de cimento Votorantim, faziam parte do portfólio de marcas com inserções publicitárias no enredo. Essa comparação entre duas novelas da mesma emissora em períodos históricos diferentes, mostram que o caráter da função programa permanece o mesmo, mas a característica de interação garante ainda mais potencial de circulação de mercadorias e adiciona mais uma camada aos limites de manipulação impostos pela função programa, agora, o público não só reage, como interage em tempo real.

Os exemplos que trouxemos acima, dizem respeito não somente à momentos históricos diferentes, como também comportamentos de consumo diferentes em decorrência do próprio contexto de cada época, tornando possível afirmar que a representatividade capitalizada é ao mesmo tempo uma demanda de audiência e de consumo.

De acordo com a pesquisa, *O que falta para reinar?* Um olhar para consumidores negros (GLOBO; PRETAHUB; INSTITUTO MAS PESQUISA; ORALAB, 2024), a população negra no Brasil possui um poder de compra estimado em R\$ 1,46 trilhão por ano. Além de dados quantitativos, o estudo aponta que, quanto maior o grau de engajamento com questões raciais, maior a preocupação em consumir de marcas representativas e que se preocupem com diversidade — evidenciando uma demanda de mercado. A pesquisa buscou compreender as características demográficas e os dados quantitativos associados ao comportamento de diferentes grupos de consumidores negros. Para isso, foi aplicada uma escala de concordância de cinco pontos, com o objetivo de avaliar o grau de identificação dos participantes com oito afirmações relacionadas à identidade racial e ao consumo.

As frases avaliadas foram: (1) a relação com os produtos e marcas que consome mudou desde que se reconheceu como uma pessoa negra; (2) movimentos, coletivos e ativistas negros influenciam a forma de consumir produtos, marcas ou serviços; (3) influenciadores digitais negros influenciam a forma de consumir produtos, marcas ou serviços; (4) prioriza produtos que representem a identidade racial; (5) prioriza produtos que sejam comprometidos com a questão racial das pessoas negras; (6) ver-se representado ou ter alguém parecido nas propagandas de uma marca influencia significativamente a decisão de consumir; (7)

a luta de pessoas negras influencia a identidade racial; e (8) a história e a ancestralidade das pessoas negras na luta por justiça e inclusão influenciam a identidade racial.

A análise das respostas permitiu identificar quatro grupos diferentes de consumidores, com motivações e comportamentos diferenciados na escolha de marcas e produtos. Esses grupos foram caracterizados a partir do cruzamento entre os perfis de consumo e variáveis demográficas como gênero, idade, religião e posicionamento político. O primeiro grupo, identificado como "Não engajados", caracteriza-se por um consumo orientado pelo custo-benefício e eficácia, sem considerar aspectos de representatividade, enxergando o consumo apenas como solução objetiva de demandas. O segundo grupo, chamado "Utilitários", está ligado aos significados tradicionais do consumo e à performance do produto, sendo subdividido em três perfis: um orientado por resultados e prosperidade (Utilitário 1), outro por funcionalidade prática (Utilitário 2), e um terceiro guiado por preço e necessidade (Utilitário 3).

Já os grupos "Conectados" e "Engajados" expressam um vínculo direto entre consumo e identidade racial. Os "Conectados" veem o consumo como ato político e expressão da identidade, manifestando pertencimento, ancestralidade e transformação social, enquanto os "Engajados" associam o consumo à construção identitária coletiva, ao fortalecimento de vínculos e à promoção do afroempreendedorismo, sendo impulsionados por valores como espelhamento, senso de comunidade e fortalecimento do Black Money.

A pesquisa encomendada pela Rede Globo parece ter tido uma conclusão óbvia: quanto maior a consciência racial, mais os consumidores negros buscam produtos e serviços que se identifiquem e reconheçam, além do fato de que existem muitos nichos de mercado que ainda não atendem com eficácia a população racializada, como é o caso do mercado de higiene, beleza e o mercado financeiro. Parece óbvio também, no mesmo sentido que traz Leite (2018), que a motivação financeira pode ser a chave para que a publicidade contraintuitiva, ou seja, uma publicidade que não seja ancorada em estereótipos, esteja cada vez mais presente e que assim, aos poucos, a realidade de pessoas negras evolua. No entanto, essa equação é bem mais complexa.

Não é de agora que se percebe a existência de um mercado consumidor formado por trabalhadores negros, inclusive, foi uma motivação semelhante que

contribuiu para o fim do tráfico negreiro durante a escravidão. Portanto, é possível concluir previamente que o racismo no Brasil, de fato, não é uma questão somente socioeconômica. É comum a frase “dinheiro é reparação” sendo utilizada por militantes nas redes sociais, mas será que é no capital que encontraremos a reparação histórica pela qual estamos lutando há gerações?

#### 4.1 FOLLOW THE MONEY

Follow The Money, em português, "siga o dinheiro" é uma frase popular usada para sugerir que, ao investigar o fluxo de dinheiro, especialmente em casos de corrupção, crimes ou decisões políticas é possível descobrir a verdadeira motivação por trás de certas ações ou identificar os responsáveis em um esquema ilegal, por exemplo. A frase se popularizou com o filme "Todos os Homens do Presidente" (1976), que conta a história da investigação jornalística do escândalo de Watergate.

Para entender o racismo na Era da Representatividade Capitalizada será preciso seguir o dinheiro, chegando a uma outra expressão em inglês: Environmental, Social and Governance (ESG). De acordo com a administradora Nathália Silva (2023), o objetivo central do ESG é ser um critério de avaliação de empresas na hora de obter investimentos.

O ESG é um parâmetro surgido em 2005, numa conferência liderada por Kofi Annan, então secretário-geral das Organização das Nações Unidas (ONU), que teve como resultado o relatório intitulado “Who Cares Win”, que em tradução livre para o português quer dizer, “quem se importa ganha”. O movimento, que nasce da ideia de reunir instituições de diversos países para tratar dos temas que se encontravam debaixo do guarda-chuva de sustentabilidade, dentro do mercado financeiro, foi adotado inicialmente por vinte instituições financeiras, de nove países, que juntas somavam ativos de mais de US\$6 trilhões. Com o objetivo de ganhar escala mundial e na tentativa de mobilizar empresas para atuação num pacto global, que insira o negócio dentro do âmbito da sociedade, permitindo que cobranças mais direcionadas sejam feitas e as corporações classificadas de acordo com seu nível de engajamento com cada um dos pilares, o ESG tornou-se um critério de avaliação de empresas na hora de obter investimentos do mercado (SILVA, 2023, p. 53).

Como pressupõe o relatório, de forma resumida, o ESG estabelece uma cultura corporativa em que as empresas se beneficiam financeiramente ao se importarem com questões sociais e de meio ambiente. Em outras palavras, a preocupação do capital com questões de raça, gênero e sustentabilidade é uma

tentativa de fazer com que questões que foram criadas pelo próprio capital possam coexistir com o interesse original desse sistema: a acumulação.

A bandeira não é de direita e nem de esquerda, é capitalista. A Lei nº 581, a famosa Lei Eusébio de Queiroz, que proibiu o tráfico negreiro no Brasil é um episódio da história do país que ilustra como o capital se articula internacionalmente para garantir seus interesses.

Além do impacto imediato da lei, o fim do tráfico negreiro, houve também um intenso crescimento no comércio de escravos interprovincial, no sentido da região nordeste (ofertantes) e para região sudeste (compradores), reflexo da decadência da primeira e centralidade da segunda (SCHWARCZ et STARLING, 2021, p.275). E, politicamente, os legisladores se articularam para proteger seu domínio sobre a terra, pois previram o intenso fluxo de imigrantes que chegariam ao Brasil após o fim do tráfico, isso ocorreu por meio da Lei de Terras, que vedava acesso à terra nas regiões fronteiriças para imigrantes. Os legisladores visavam fazer do imigrante trabalhador em suas terras, não tinham preocupação de ocupar o território ou aumentar a produção agrícola. Por fim, houve, também em 1850, antecipando os efeitos do fim do tráfico atlântico, a promulgação do Código Comercial do Império do Brasil. Conforme à análise das historiadoras Schwarcz e Starling (2021, p.274), o código fez-se necessário dado ao volume de capital que surgiu após o fim do tráfico, isto é, que nele era empregado e que agora seria aportado em outros investimentos. Tal aspecto explica o rápido desenvolvimento de várias obras de infraestrutura do período (trem, telégrafo etc) (LEMOS, 2024, p. 128).

O ESG não é uma tentativa de reparação do capital em relação aos problemas sociais resultantes do desenvolvimento econômico, mas uma espécie de diversidade instrumentalizada com o objetivo estratégico de encapsular o capital ao mesmo tempo que se torna possível capitalizar as demandas sociais, seja de forma publicitária ou de forma efetiva, maximizando a mais-valia. No início deste capítulo conceituamos o que compreendemos ser a representatividade capitalizada e como ela funciona na esfera das funções publicidade e propaganda. Agora, trazendo o conceito de ESG para o debate, estamos buscando concluir que a mudança na forma como o racismo se apresenta socialmente não é somente de base publicitária, alterando a aparência de produtos culturais, mas é uma demanda internacional do mercado financeiro.

Com o conceito de representatividade capitalizada buscamos propor não uma polêmica, mas que as teorias da comunicação vejam o campo para além do nível da aparência, e, sim, como uma forma social embarcada em uma dinâmica capitalista que visa a superexploração do trabalho e acumulação do capital. Ao caminhar nessa

perspectiva, chegamos a um ponto-chave para entendermos por que o capitalismo precisa ser racista, ou melhor, por que o capitalismo precisa aparecer como racismo. O recente artigo de Almeida e Paulani (2025) traz uma análise crítica pertinente acerca da articulação entre racismo e capitalismo a partir de uma leitura da teoria marxista do valor.

Se concordarmos que o capital é o movimento de valorização do valor (ainda que este se apresente fenomenicamente como preço de produção) e que a substância do valor é o trabalho abstrato simples socialmente necessário, teremos necessariamente de concluir que, nas sociedades onde vigora, o racismo é sócio do processo de expropriação que constitui a mais-valia. Tudo se passa como se a superexploração da força de trabalho - suposição que Marx não quis adotar, pois queria demonstrar a existência de exploração mesmo sob as hipóteses ideologicamente mais favoráveis ao sistema (como a de que os empresários pagam corretamente, pela mercadoria força de trabalho, o seu valor) - estivesse aí organicamente incorporada ao valor da mercadoria, reduzindo estruturalmente o tempo de trabalho necessário, em benefício do trabalho excedente e do capital (o que, do ponto de vista prático, funciona como algo do tipo: trabalhadores negros, ou não brancos em geral, precisam, para sobreviver, de menor quantidade e diversidade de bens e serviços porque são inferiores) (ALMEIDA; PAULANI, 2025, p. 16)

Almeida e Paulani (2025) oferecem um argumento que dialoga com o que encontramos em Santos (2021). O racismo é um elemento estruturante do capitalismo e a comunicação, por sua vez, é um elemento do racismo (SANTOS, 2021). Ao compreendermos o capital como um movimento de autovalorização do valor baseado na extração de mais-valia a partir do trabalho abstrato socialmente necessário, o racismo se estabelece historicamente como um mecanismo essencial ao capital, que normaliza a superexploração de grupos racializados — E essa normalização que encontramos em Almeida e Paulani (2025) nos conecta à ideia de racismo naturalizado que traz Gonzalez (2019) e que argumentamos no primeiro capítulo deste trabalho.

Almeida e Paulani (2025) concluem com clareza: “trabalhadores negros, ou não brancos em geral, precisam, para sobreviver, de menor quantidade e diversidade de bens e serviços porque são inferiores”, esse ponto de vista complementa perfeitamente as hipóteses que levantamos no primeiro capítulo, o racismo permanece como um elemento fundamental do sistema capitalista não apenas por ser estrutural e ser parte das instituições sociais, mas por que normaliza

a superexploração do trabalho.<sup>6</sup> Nesse contexto, o racismo não apenas legitima desigualdades materiais extremas, mas funciona como um dispositivo central para a maximização da mais-valia.

No mesmo sentido do argumento ora exposto encontramos em Almeida (2020, p. 172) a seguinte afirmação: “Poder-se-ia dizer que o racismo normaliza a superexploração do trabalho”. O tratamento da questão aqui esboçado permite entender melhor de que modo se dá essa “normalização”, pois posiciona categorialmente o racismo na lógica do sistema, independentemente de se aceitar ou não a existência de superexploração na esfera da circulação, ou seja, na esfera da compra e venda de força de trabalho. Saímos, assim, do âmbito dos questionamentos de ordem ético-moral (já que pagar a força de trabalho abaixo de seu valor constitui burla à lei da circulação, onde valor deve ser trocado por valor igual) para passar à esfera dos determinantes estruturais da reprodução material do sistema. Consideramos igualmente que, a partir de tal abordagem, fica garantida de mais substância a afirmação de Oliver Cox, citada na primeira seção: “o ódio racial é o suporte natural da exploração capitalista” (ALMEIDA; PAULANI, p. 16, 2025)

Nas sociedades capitalistas racializadas, o racismo opera como um mecanismo que rebaixa o trabalho simples de pessoas racializadas a uma condição ainda mais inferiorizada, estabelecendo um padrão de trabalho abstrato fundado na superexploração dessas pessoas. Em outras palavras, o racismo não cria apenas uma hierarquia internacional do trabalho (OLIVEIRA, 2021), mas atua na própria constituição do valor das mercadorias (ALMEIDA E PAULANI, 2025). Nesse sentido, o racismo adquire uma função social dentro do capital: possibilita a extração de mais-valor por meio da depreciação sistemática da força de trabalho de sujeitos racializados, configurando, assim, uma forma social do capital, sendo a base da acumulação capitalista.

Não dá para falar sobre a maximização da mais-valia sem pensar no trabalho rural. Iniciamos este trabalho com uma história real, a história da minha família. Sou

---

<sup>6</sup> Mais do que salários inferiores à força de trabalho, a superexploração do trabalho no contexto das economias dependentes como é o caso de países como o Brasil, representa uma relação internacional de superexploração com base nas populações racializadas. “tratando especificamente o tema da superexploração do trabalho, Marini nos mostra que sua ocorrência se dá em função da existência de mecanismos de transferência de valor entre as economias periférica e central, levando a que a mais valia produzida na periferia seja apropriada e acumulada no centro. Configura-se, assim, uma espécie de “capitalismo incompleto” na periferia (aquilo que Marini chamou de “capitalismo sui generis”), justamente porque parte do excedente gerado nestes países é enviada para o centro - na forma de lucros, juros, patentes, royalties, deterioração dos termos de troca, dentre outras -, não sendo, portanto, realizada internamente. Então, os mecanismos de transferência de valor provocam, digamos assim, uma interrupção da acumulação interna de capital nos países dependentes que precisa ser completada e, para tanto, mais excedente precisa ser gerado. E esta expropriação de valor só pode ser compensada e incrementada no próprio plano da produção - justamente através da superexploração - e não no nível das relações de mercado, por meio de desenvolvimento da capacidade produtiva” (AMARAL E CARCANHOLO, 2009)

bisneta da Dona Preta, neta de Bel e A., filha do R. A história da minha família, bem como de milhares de outras famílias brasileiras, tem o campo como um dos cenários principais. Foi o trabalho rural, o conhecimento ancestral de saber lavrar a terra que nos garantiu sustento por gerações. Eu diria que vemos a terra até mesmo como um lugar de salvação. Saber cultivar o próprio alimento nunca nos deixou com fome e nos colocou em contato com a prosperidade, para além da sobrevivência.

Todo este conhecimento acerca da terra e do trato com os animais é ancestral para além de uma herança escravista. Meu pai sabe estimar quantas toneladas de cana-de-açúcar estão plantadas em uma área rural apenas de “bater o olho”, assim como meu tio e meus primos, que trilharam o caminho do trabalho agrícola. Apesar disso, o valor do nosso trabalho nunca foi suficiente para que um pedaço significativo de terra realmente fosse nosso, todo o conhecimento sempre foi empregado na acumulação de capital, sem nunca questionar, como trabalhamos por tanto tempo, em condições desfavoráveis para pessoas que dependem de nós para plantar e colher qualquer coisa?

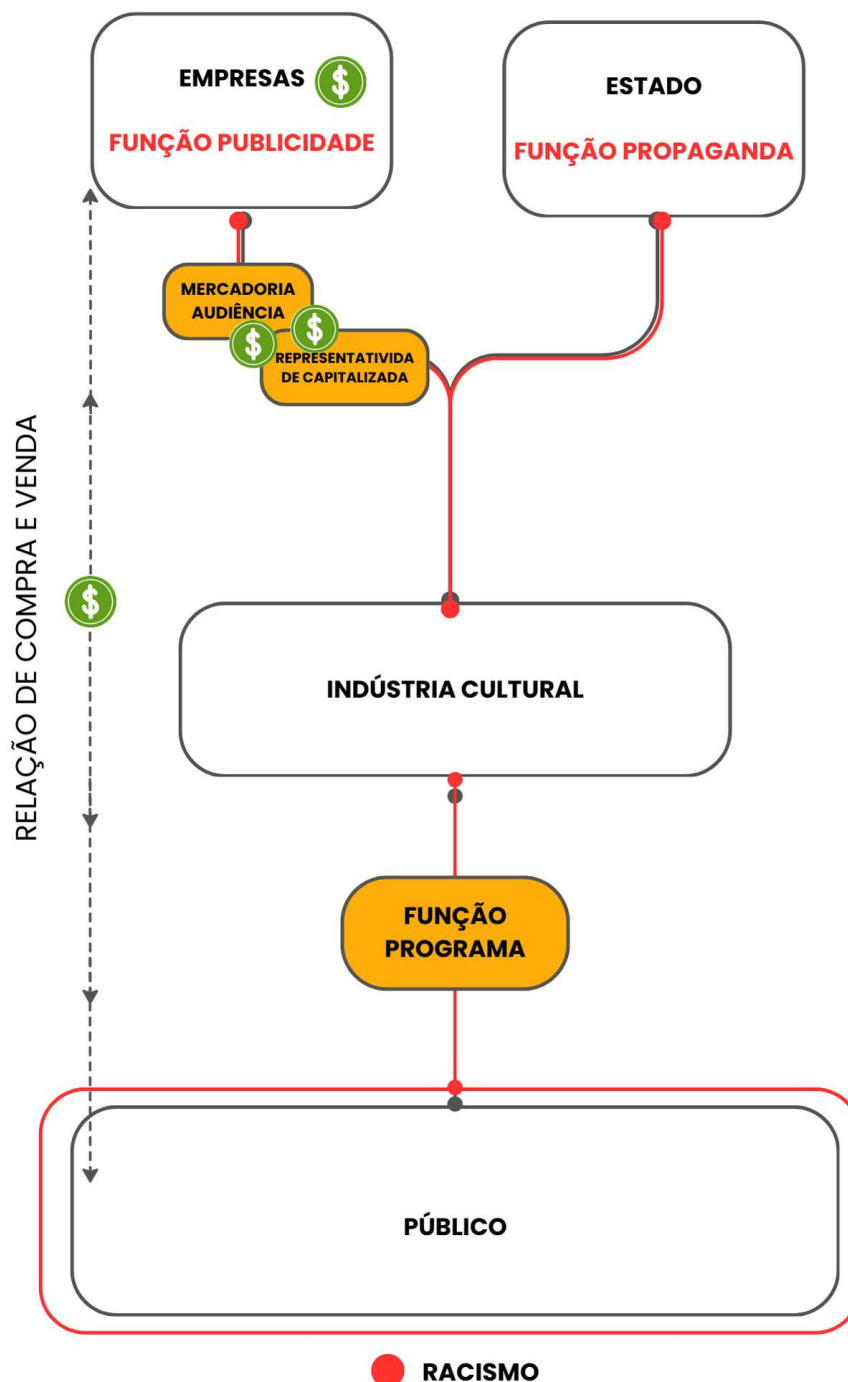
Retomando o conceito de representatividade capitalizada, parte do escopo principal deste trabalho, que é entender os efeitos da comunicação e do racismo para além das aparências, em paralelo com as articulações de grandes intelectuais brasileiros, nos deparamos com uma demanda urgente para o campo científico das teorias da comunicação, sobretudo da EPC. Estamos diante de um momento de ruptura em relação a como o capital se apresenta para nós, é preciso expandir o debate da comunicação e racismo para além das análises superficiais e conteudistas, temos muito a contribuir com o tema em larga escala.

Almeida e Paulani (2025), ancorados no marxista francês Étienne Balibar, destacam uma das mais importantes funções do racismo dentro do capitalismo, o que talvez pode nos ajudar a entender por que o capital precisa aparecer com a forma de racismo, que seria a constituição do racismo enquanto “arma poderosa na formação das condições subjetivas necessárias à reprodução capitalista”.

De fato, os indivíduos devem ser subjetivamente constituídos para reproduzirem em seus atos concretos as relações sociais cuja forma básica é a troca mercantil. Como já indicado em Almeida (2020, p. 182-184), considerado esse processo, o racismo mostra-se fundamental, pois naturaliza o pagamento de salários mais baixos a determinados grupos de trabalhadores e serve como instrumento de dissuasão dos trabalhadores brancos e/ou etnicamente dominantes (ALMEIDA; PAULANI, p. 17, 2025).

O objetivo de Almeida e Paulani (2025) é buscar entender se essa funcionalidade do racismo confirma seu caráter estrutural. Diferentemente dos autores, acreditamos que, com base nas contribuições que podemos oferecer a partir da EPC, o racismo é mais do que estrutural para o capitalismo, mas uma forma social do capital, que como também concordam os autores, não só degrada a mão de obra de trabalhadores não brancos, maximizando a mais-valia e diminuindo o tempo de circulação de mercadorias, como também organiza as relações sociais e o modo de vida das pessoas, sendo responsável pela naturalização das mazelas. A representatividade capitalizada amplia as funções do racismo dentro do capital, sendo assim, podemos dizer que aquele esquema ilustrativo da forma comunicação ganha uma etapa a mais.

**Figura 10** - Esquema representativo das funções publicidade, propaganda e programa com a inserção da representatividade capitalizada.



Fonte: Adaptado de Santos (2021)

A adaptação do esquema representativo que encontramos em Santos (2021), coloca a representatividade capitalizada na mesma dimensão da mercadoria audiência, porém, com uma relação de mão dupla com a Indústria Cultural, logo,

com o capital, isso porque, a Representatividade Capitalizada é mercadoria audiência, mas também exerce uma função primordial ao retornar ao público suas demandas emocionais simbólicas que foram transferidas ao capital pela Função Programa.

A representatividade capitalizada, expressão da comunicação, que por sua vez, é uma forma social do capital que se apresenta nas sociedade capitalistas como racismo naturalizado, contribui ativamente para a normalização das desigualdades sociais e materiais produzidas a partir da mesma dinâmica histórica que agora parece querer superar. Portanto, diferente da Indústria Cultural, mas em conjunto, já que faz parte dela, a Representatividade Capitalizada "processa" as contradições inerentes ao capital e retorna ao público que, agora, se torna consumidor.

Na prática, filmes e novelas de época, em contextos históricos em que o negro jamais teria a chance de protagonizar uma história, agora, surgem com elencos diversos. É possível fazer com que o médico seja negro e a cozinheira, uma mulher branca. O caso da novela Amor Perfeito, lançada em 2023 pela rede Globo.

Amor Perfeito é uma novela das seis da TV Globo. Foi escrita por Duca Rachid e Júlio Fischer. A história é focada no menino Marcelino (Levi Asaf), que vive num centro de acolhimento e sonha em conhecer a mãe. A trama se passa nos anos 30 e 40 e inicia com os amantes desafortunados Marê (Camila Queiroz), uma jovem recém-formada em administração, e Orlando (Diogo Almeida), um médico negro, que se separam tragicamente por conta de conspirações familiares contra o casal (O GLOBO, 2023)

**Figura 11** - Personagens Orlando (Diogo Almeida) e Marê (Camila Queiroz) em 'Amor perfeito'



Foto: TV Globo

De modo geral, as mudanças sociais exigidas pelo público, se deslocaram para a esfera simbólica da Indústria Cultural, que por sua vez, cumpre exatamente o seu papel através da função programa: satisfazer as necessidades simbólicas das massas (BOLAÑO, 2000). A grande questão é que a representatividade capitalizada serve para corresponder às demandas de um recorte específico da sociedade, outros recortes, até mesmo opostos, continuam existindo e tendo suas necessidades simbólicas igualmente atendidas, como já pontuou Bolaño:

O que o capital faz é, em primeiro lugar, utilizar o poder simbólico do trabalho cultural para criar o efeito de empatia que transforma os sujeitos em audiência, e portanto, em objeto, e em seguida produzir os cortes, as classificações e as especificações que lhe vão permitir oferecer uma mercadoria diferenciada num mercado intercapitalista. (BOLAÑO, 2000, p.230)

A novela Amor Perfeito retrata as décadas de 30 e 40, mas já existem produções recentes de épocas ainda mais longínquas que utilizam a representatividade capitalizada como um recurso multiplicador da mercadoria-audiência, o caso da série disponível na plataforma de streaming Netflix, Bridgerton. A série televisiva é ambientada na era da Regência em Londres, focada na vida da família Bridgerton, composta por oito irmãos, e suas buscas por amor e felicidade no competitivo mundo da alta sociedade. Todo o enredo é baseado na

série de livros da autora Julia Quinn e explora o mercado de casamentos da época, com temporadas de bailes luxuosos

A série começa com Daphne Bridgerton, a filha mais velha da família, que terá seu primeiro baile como debutante elegível a um casamento. Daphne é uma garota branca que se apaixona pelo Duque de Hastings, o solteiro mais cobiçado da temporada, que por ventura, é um homem negro. O fato do casal principal da trama ser interracial não é uma questão levantada na série, pelo contrário, vários outros personagens são racializados e fazem parte das mais diversas camadas da sociedade, mesmo sendo uma série que se passa na Londres dos anos 1800. As três primeiras temporadas de Bridgerton fazem parte das 10 mais populares da história da Netflix, com a primeira e a terceira ocupando atualmente a 5ª e a 7ª posições no ranking, respectivamente (ANDRADE, 2025).

**Figura 12** - Casal Daphne e Duque de Hastings da série Bridgerton



Fonte: Divulgação/Netflix

Ao que parece ser a única menção da questão racial na série, está a fala "Éramos duas sociedades separadas, divididas pela cor até que um rei se apaixonou por uma de nós", da personagem Lady Danbury, uma mulher negra da alta sociedade em um momento em que se dirige ao duque de Hastings. O diálogo aparece no quarto episódio de Bridgerton.

**Figura 13** - Personagem Lady Danbury de Bridgerton



Fonte: Divulgação/Netflix

Além de personagens centrais serem interpretados por atores negros, a própria rainha é interpretada por uma mulher negra, algo que ganha destaque com a spin-off “Rainha Charlotte: Uma História Bridgerton”, uma produção também da Netflix que retrata a trajetória e o passado da rainha misteriosa da série, incluindo algumas poucas nuances sobre a questão racial.

**Figura 14** - Personagem Rainha Charlotte na juventude e velhice



Fonte: Divulgação/Netflix

Estamos usando alguns exemplos da série Bridgerton porque a produção de fato se posicionou como um grande experimento social, já que integrou atores e atrizes negras à personagens da monarquia que representam uma época em que a realidade era completamente diferente. As representações de pessoas negras fora do padrão de subalternidade garantem que pessoas negras do mundo todo possam se ver e se identificar e para o capital, isso significa garantir que as demandas de identificação de um recorte específico do público sejam atendidas, e isso independe da realidade. Como a pesquisa encomendada pela rede Globo que citamos acima aponta, esse recorte específico do qual estamos falando é um grande público consumidor em potencial.

A pesquisa também aponta que existem diferentes perfis de consumidores negros, o grupo dos “não engajados”, por exemplo, não se importam se existe ou não preocupação com questões raciais nas empresas que produzem os serviços e produtos que consomem, em grande parte porque ainda fazem parte de uma parcela significativa da população brasileira que não enxergam beleza ou poder na sua negritude. O que buscamos propor é que a representatividade capitalizada não é uma questão apenas de identificação.

#### 4.2 A REPRESENTATIVIDADE CAPITALIZADA E O TRABALHO

Para famílias como a minha, existir representatividade importa e muito, mas também é importante que as próximas gerações da família não estejam em débito com o sistema: trabalhando duas vezes mais e recebendo duas vezes menos. A dívida é histórica e nossas questões vão muito além de produtos para consumir. Trazer a representatividade capitalizada para o debate do racismo no Brasil amplia nossas vozes e traz à tona duas verdades difíceis de engolir, mas necessárias: a favela ainda não venceu e dinheiro é direito, não reparação.

E a resposta da pergunta que fizemos no capítulo anterior “para quem a representatividade capitalizada importa?”, não tem um nome, mas um por quê. A representatividade capitalizada produz, antes de mais nada: trabalhadores.

A psicóloga Shenia Karlsson popularizou recentemente o termo Burnout Racial. Segundo a especialista, o termo consiste na condição de esgotamento e exaustão relacionada às atividades laborais do paciente, mas com o agravante da ansiedade e tensão causadas pelo racismo no ambiente de trabalho.

De acordo com uma matéria publicada no portal da BBC, uma revisão científica de mais de 160 estudos sobre burnout feita em 2022 por pesquisadores da Universidade Harvard apontou que entre médicos, estudantes e professores de medicina, mais pessoas negras (30%) são levadas ao esgotamento em comparação com pessoas brancas (18%), principalmente no início da carreira. Apesar do estudo ter sido feito a partir do recorte da área da medicina, a percepção se estende para outras áreas profissionais.

De maneira geral, embora o reconhecimento oficial seja recente, o burnout já é uma condição conhecida e estudada há mais de 50 anos; o termo foi cunhado em 1974 pelo psiquiatra alemão-americano Herbert Freudenberger. No entanto, apenas em 2019 o burnout foi reconhecido oficialmente como uma síndrome ocupacional pela Organização Mundial da Saúde (OMS), durante a 72ª Assembleia Mundial da Saúde. A síndrome foi incluída na Classificação Internacional de Doenças (CID-11), que entrou em vigor em 1º de janeiro de 2022.

Segundo a CID-11, o burnout é caracterizado por três dimensões: 1 - sensação de esgotamento de energia ou exaustão; 2- Aumento do distanciamento mental do trabalho ou sentimentos de negativismo ou cinismo relacionados ao trabalho; 3- Redução da eficácia profissional. O racismo é um potencializador de doenças e síndromes relacionadas à saúde mental como é o caso do Burnout e também da depressão, ansiedade e diagnósticos semelhantes.

Em uma época como a de Dona Preta ou das gerações de seus filhos e netos, não se dava nome para o esgotamento físico e mental extremo, nem havia espaço para sentir ou pelo menos nomear tais sentimentos, mas ela — a exaustão, com certeza estava ali. Aliás, trabalhar até o esgotamento é mais uma das terríveis heranças da escravidão.

É importante levantar esse tipo de debate em meio ao contexto em que este trabalho se propõe, para que ao falarmos do que o racismo causa à sociedade e quais são suas características na contemporaneidade, não nos esqueçamos que a estrutura da qual tanto falamos é composta de pessoas e suas relações interpessoais. É preciso ter em mente que junto aos problemas de ordem social, como os índices de desenvolvimento econômico, por exemplo, o racismo tem consequências cotidianas na saúde física e mental de milhões de pessoas.

Em uma matéria publicada no site do médico Drauzio Varella (2022) sobre “Como o racismo no trabalho impacta a saúde mental?”, uma das entrevistadas, a

psicóloga Luísa Parreira, descreveu uma das queixas mais comuns de pacientes negros em seu consultório: "é muito comum a gente ver pessoas negras dizendo: eu sinto algum desconforto, incômodo em um espaço ou em alguma relação, mas não sei dizer exatamente onde está o problema. Mas a relação está tensa". Esse sentimento de desconforto que parece não ser percebido por mais ninguém a não ser, na grande maioria das vezes, pelas únicas e poucas pessoas negras do ambiente, geralmente é racismo.

Um racismo que se torna cada vez mais sorrateiro e invisível, mas que também não é de hoje. A conjuntura que estamos tentando entender é a construção de uma narrativa forjada a partir do mito da democracia racial, que encontrou na ideologia da meritocracia bases sólidas para reverberar o que parecia absurdo: a falácia de que a partir da abolição da escravatura passou a não existir mais racismo no Brasil, apenas uma grande população miscigenada, fruto da suposta amigável mistura de raças.

Esse discurso foi importante não só para posicionar a imagem que o Brasil teria frente ao mercado internacional, como também para equilibrar a mão de obra interna. O corpo negro é um corpo historicamente colonizado para trabalhar. No livro *Descansar é Resistir* (2024), a autora Tricia Hersey, conhecida por sua atuação política em torno da necessidade do descanso como um movimento de resistência, pontua que:

O capitalismo foi criado a partir da plantation, um sistema de produção agrícola escravocrata. Suas raízes são a violência e o roubo. Em nossa cultura, encobrimos essa verdade histórica. Mergulhar nas fissuras dessa realidade é fundamental para que você consiga se libertar da programação da produtividade excessiva. Compreender essa verdade e refletir sobre ela pode nos levar a um lugar de luto. Devemos sentir essa dor. O descanso ampara nosso luto ao abrir um espaço a partir do qual podemos começar a nos curar do trauma da cultura da produtividade. Passar por esse luto é um ato sagrado e uma das maneiras de nos reconectarmos com nosso corpo, à medida que elaboramos uma prática de descanso. O capitalismo nos encurralou de tal forma que só conseguimos vislumbrar duas opções: (1) Trabalhar como máquinas em um cenário de desconexão e exaustão ou (2) Criar espaço para descansar e nos conectar com nossa verdadeira essência, mas sempre preocupados com como iremos nos alimentar e viver. Essa perspectiva binária e rígida, combinada com a realidade violenta da pobreza, nos mantém em um contexto de privação de sono e de constante luta pela sobrevivência (HERSEY, 2024, p. 25).

O livro de Hersey se enquadra na categoria de autoajuda, nosso foco não está nas dicas práticas, mas em contextualizar a experiência cotidiana das pessoas

negras em relação ao descanso e ao trabalho. As reflexões da autora acerca da herança escravocrata que nos impede de descansar plenamente ou nos causa ansiedade ao pensar em como vamos pagar nossas contas ou nos alimentarmos amanhã é de extrema relevância para pensarmos no para quem a representatividade capitalizada importa. A atriz Taís Araújo, a Raquel do remake de Vale Tudo, uma referência de representatividade, revelou em uma entrevista recente ao videocast *Conversa Vai, Conversa Vem* do Jornal O Globo apresentado pela jornalista Maria Fortuna, que não costuma recusar trabalho por medo da escassez.

É impossível falar sobre representatividade negra na mídia, sem falar de Taís Araújo, uma referência para a grande maioria das meninas e mulheres negras ao longo dos seus mais de 20 anos de carreira. Na mesma entrevista em que Taís fala sobre o medo da escassez, fala também sobre o fato de ter tido uma criação estável economicamente, já que seus pais a proporcionaram isso. Taís também é questionada inúmeras vezes durante a entrevista sobre seu papel como mulher negra, sobre o sentimento de dever moral.

São muitas as camadas que podem ser identificadas a partir dessa entrevista, camadas que se sobrepõem e nos levam a questionamentos sólidos acerca do papel da representatividade para além da função inspiracional. Salvo toda a grandeza da atriz e sua contribuição inegável à história e cultura do país, é importante analisar criticamente um discurso que se repete e gira em torno da pergunta: como é ser uma mulher negra que chegou ao topo?

O peso de inspirar meninas e mulheres negras a sonhar não deveria estar sobre outro corpo negro, esse é um trabalho do estado. Taís não deveria sentir medo ao recusar trabalho, nem se sentir moralmente responsável pelas mazelas sociais do Brasil. Ao adentrarmos na era da Representatividade Capitalizada, estamos assistindo em tempo real o capitalismo direcionar suas falhas estruturais e a responsabilidade de saná-las para os sujeitos que produziu.

O legado histórico do capitalismo não só consiste em uma hierarquia internacional do trabalho, como mencionamos nos capítulos anteriores, como através da Indústria Cultural criou sujeitos reféns do trabalho e escravos do capital. Há quem acredite que a representatividade seja uma ferramenta de empoderamento capaz de mudar o futuro de pessoas marginalizadas. No entanto, quando ouvimos uma figura como Taís Araújo declarar publicamente que convive com o medo da

escassez, percebemos que a representatividade, quando capturada pela lógica capitalista, apenas forma novos trabalhadores.

Aos 100 anos, Dona Preta é uma mulher extremamente saudável para a sua idade. São poucas as marcas do tempo em sua saúde física. Por outro lado, uma das sequelas do avanço da idade é a ansiedade. Ansiedade por ver as filhas agora idosas que não puderam realizar seus próprios sonhos ou construírem uma família porque viveram para trabalhar, e quando adultas, vivem para cuidar da mãe. Ansiedade que se mistura ao remorso e culpa por atitudes necessárias em uma época da história do Brasil em que sobreviver era a única alternativa para famílias que carregavam consigo o sangue daqueles que foram escravizados.

Pessoas negras carregam o peso da escravidão e o peso de alcançar um lugar social em que o fardo seja mais leve. Como se atinge essa camada social? Através do acesso ao dinheiro, que de maneira geral, se alcança trabalhando. É um ciclo de trabalhar para sobreviver, trabalhar para enriquecer e ajudar a família. Trabalhar para não ser pego de surpresa. Trabalhar para que não falte nada. Trabalhar para realizar sonhos, como comprar uma casa — e depois de conquistar um imóvel, trabalhar para que outras pessoas da família conquistem também. Estamos diante de um ciclo interminável em que o corpo é uma ferramenta de trabalho e uma fonte inesgotável de lucro para o capital, mesmo quando existe consciência sobre isso.

Uma das situações mais alarmantes e que deu origem aos nossos estudos acerca da representatividade capitalizada foi a história de uma das vendedoras da marca de roupas Farm. Kathlen Romeu foi baleada e morta durante uma operação policial no Rio de Janeiro em 2021. O posicionamento da loja em que Kathlen trabalhava foi oferecer desconto em compras com o código da funcionária que havia acabado de ser morta a tiros. Obviamente, a ação foi interpretada como uma tentativa de lucrar com a tragédia, gerando fortes críticas nas redes sociais, o que fez com que a Farm retirasse o cupom do ar, além do pedido público de desculpas, alegando que a ideia havia sido de uma vendedora e que estavam prestando apoio à família de Kathlen. A empresa também se defendeu, afirmando que a ideia foi mal interpretada e que a intenção era prestar uma homenagem à vendedora.

A situação gerou desdobramentos, entre eles, uma série de revelações sobre a empresa, como relatos de racismo e assédio moral por parte de outras ex-funcionárias da marca. Um dos relatos expõe a falta de estrutura da marca

conhecida por suas estampas coloridas, como registra o depoimento utilizado em matéria publicada pelo Jornal O Dia (FREITAS, 2021)

Eu entrei para a FARM em 2016. Na época a empresa tinha acabado de se envolver em uma grande confusão por causa de racismo. Depois desse episódio, eles abriram um quadro para funcionárias negras e eu acabei passando. A Farm não tinha nenhuma estrutura para receber funcionários racializados, eles só estavam querendo incluir gente preta para poder calar a boca do que estava acontecendo naquela época.

Como identificamos esse tipo de racismo? Uma loja de grife que, para homenagear uma funcionária morta a tiros, utiliza seu nome para lucrar? Situações como essa trazem luz à urgência de entender o racismo no Brasil na Era da Representatividade Capitalizada. Não existe uma lei que proíba esse tipo de ação comercial, também há quem não considere racismo. Afinal, ela não foi ofendida verbalmente e uma porcentagem das vendas seria destinada à sua família.

Como denominar uma categoria de racismo que parece não ter nome e uma forma que ainda não fomos capazes de compreender com clareza? O que é possível afirmar é a necessidade de elaborações teóricas para além da concepção estruturalista. Novas tentativas de compreender essa ruptura encontramos partindo da EPC em conjunto com autores como Dennis de Oliveira (2021) e Muniz Sodré (2023), conforme apresentamos no primeiro capítulo deste trabalho.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Vale retomar aqui uma das frases já citadas de Muniz Sodré (2023), “O racismo já não ousa se apresentar sem disfarces”. Desde o primeiro capítulo deste trabalho, nosso propósito tem sido demonstrar todos os aspectos centrais que caracterizam o desenvolvimento e o permanecimento do racismo na nossa sociedade. Como bem pontua Abdias do Nascimento (1978), a escravização dos povos negro-africanos foi o maior de todos os escândalos da humanidade. Dessa forma, é impossível não haver sequelas históricas em um país que passou por mais de 300 anos sob um sistema econômico e político baseado na escravidão de seres humanos. Entender o que o racismo é e o que ele se tornou após a abolição desse sistema perverso tem sido o objetivo de grandes e diferentes obras de intelectuais negros e negras do Brasil e do mundo.

O que a primeira fase deste trabalho tenta demonstrar é que de fato vivemos em uma sistema econômico e político cujo as raízes estão no mesmo solo da escravidão, mas que após a abolição da escravatura e conforme o desenvolvimento social do Brasil, novas nuances e aspectos se somam ao racismo que aqui vigora há séculos. Em grande parte, o primeiro capítulo foi motivado pela afirmação polêmica que levantou Sodré (2023) em seu último livro, *O Facismo da Cor*, já que não faz muito tempo que Sílvio de Almeida contribuiu massivamente para a popularização do conceito althusseriano de Racismo Estrutural.

O livro em formato pequeno, quase de bolso, da coleção *Feminismos Plurais* de Djamila Ribeiro, *Racismo Estrutural*, foi publicado pela primeira vez em 2019 e desde então se estabelece como um grande sucesso editorial. Apesar do número exato de exemplares vendidos não ser uma informação pública, foi possível notar que desde o seu lançamento, o livro gera grandes debates, extrapolando o mundo acadêmico e o universo das universidades, chegando até a internet e, mais precisamente, as redes sociais.

Afirmar que o racismo é estrutural, em muitos casos, tem sido uma forma de eximir a responsabilidade da branquitude em relação ao seus próprios atos, o que se estende ao setor privado, como empresas que ao serem racistas publicamente, seja em uma campanha publicitária ou na forma como um funcionário ou cliente foi tratado, se escoram na máxima “o racismo é estrutural”, como uma maneira de dizer que dada a complexidade da questão no Brasil, seus erros são justificáveis.

Apesar disso, a popularização do conceito colocou a questão racial no Brasil em evidência, movimentando todas as esferas da sociedade. Com isso, nuances problemáticas foram escancaradas e vieram à tona, o que tornou possível, inclusive, identificar as limitações da corrente estruturalista para tratar de questões raciais. Dito isso, quando Sodré afirma que o racismo no Brasil não pode ser considerado estrutural após a abolição da escravatura por nunca ter existido fundamentos formais, como o caso do apartheid nos Estados Unidos, e pôr à mesa o conceito de forma social escravista, vimos uma oportunidade de aprender com argumentos diferentes, novas formas de elaborar a resposta para a pergunta: o que é o racismo no Brasil?

Concluimos este trabalho sem uma ideia formal e concreta de como podemos conceituar o racismo com base em como ele se apresenta nos dias atuais, mas fizemos um levantamento bibliográfico que de modo geral, nos leva a pontos centrais da questão racial para os diferentes autores estudados. O primeiro ponto crucial, é a importância da democracia racial para o processo de desenvolvimento econômico e política do Brasil após a abolição da escravatura, fato histórico que possibilitou que o país omitisse sua verdadeira realidade e todos os problemas herdados dos séculos de colonização e escravidão. De certo modo, a democracia racial foi ao mesmo tempo um recurso de publicidade e de propaganda, servindo para o estabelecimento da ordem interna e para as relações capitalistas internacionais.

Com isso, chegamos a um segundo ponto crucial — o fato de que a partir do racismo, se estabelece uma hierarquia internacional do trabalho (OLIVEIRA, 2021). A hierarquia social do trabalho produzida pelo racismo faz com que os sujeitos produzidos historicamente por este sistema, internalizem o seu lugar na pirâmide de forma natural, do mesmo modo como os países da periferia do capitalismo acabam se estabelecendo dentro da hierarquia global que segue essa mesma lógica. Lélia Gonzalez, argumenta citando o exemplo da empregada doméstica, uma posição na hierarquia social ocupada majoritariamente por mulheres negras e mesmo quando comparamos com mulheres brancas que ocupam o mesmo tipo de trabalho, as mulheres negras estão em desvantagem.

Esse tipo de afirmação, de que mulheres negras estão em desvantagem, incomoda por dois motivos: pelo simples fato da natureza da afirmação e pelo fato de que é socialmente natural a desvantagem das mulheres e pessoas negras. E até

mesmo quando a questão racial é escancarada, algo que a popularização do termo racismo estrutural proporcionou, de algum modo, o capital consegue absorver a contradição que parece despontar publicamente em formato de mercadoria. Esse é o raciocínio que nos leva ao argumento da representatividade capitalizada tendo como guia principal, a EPC.

No primeiro capítulo levantamos também algumas elaborações teóricas que trouxeram o conceito de segunda natureza presente em Hegel, Marx e Adorno, essa foi uma tentativa de demonstrar o que é possível elaborar quando nos desapegamos de alguns paradigmas impostos pelo estruturalismo. Além disso, o conceito de segunda natureza enquanto algo que pode ser historicamente modificado, aplicado ao racismo, nos ajuda a caminhar em direção ao papel da comunicação no meio disso tudo. Só é possível manter uma estrutura de ambiguidade como o capitalismo, se houver uma instância capaz de mediar os conflitos inerentes à ela.

O racismo como se estabeleceu no Brasil, proporciona ao capital a chance de maximizar a mais-valia, quando mantém pressupostos escravistas de que trabalhadores negros precisam de menos bens materiais do que trabalhadores brancos (ALMEIDA E PAULANI, 2025), essa argumentação presente no artigo recente de Almeida e Paulani, só aparece em nosso trabalho no último capítulo, no momento em que já adentramos na questão da representatividade capitalizada. Isso porque, assim como apresentamos no segundo capítulo, é a comunicação que torna possível a manipulação das massas e o apagamento simbólico das contradições.

Ao serem apresentados a ideia de representatividade capitalizada, muitos colegas da academia, divergem do fato que é necessário analisar as representações de minorias sociais de forma crítica. O conceito muitas vezes é visto com maus olhos por quem acredita que a mudança na linguagem e o aumento de espaços ocupados por pessoas marginalizadas não só representa um avanço político, como pode ser capaz de inspirar outras pessoas, assim, criando um movimento de transformação contínuo. De fato, tudo isso importa e mais do que isso, cada pessoa negra que ocupa uma posição de destaque e poder na mídia ou fora dela, carrega consigo seus ancestrais e outras centenas de pessoas que a veem como inspiração.

No entanto, conforme o exemplo da atriz Taís Araújo que citamos no quarto capítulo deste trabalho, estamos diante de uma armadilha sistêmica — as responsabilidades de transformação social do estado e do setor privado, estão

sendo transferidas para a esfera do indivíduo. O mesmo discurso da meritocracia, só que transvestido de progresso.

No contexto do capitalismo contemporâneo, a ideologia se transforma em mercadoria (OLIVEIRA, 2021), algo que não foi possível concluir neste trabalho, mas que pode se apresentar como um trabalho de tese de doutorado é a hipótese de que a representatividade capitalizada é um fenômeno da crise do capitalismo, tema que não tivemos condições de tratar neste momento, mas que acreditamos demonstrar que o caráter cíclico do capitalismo requer novas configurações das funções da Indústria Cultural para a manutenção do racismo, o elemento chave da consolidação das democracias do capitalismo periférico.

A grande contradição, está no fato de que o racismo não é uma questão ideológica para o capital, mas a forma como ele precisa aparecer para garantir a mais-valia com todas as contradições inerentes ao seu funcionamento. Ao retomar o conceito de função programa (BOLAÑO, 2000), damos um salto categórico e incluímos a representatividade capitalizada como uma etapa do processo entre a comunicação de empresas (função publicidade), estado (função propaganda), Indústria Cultural e público (função programa).

Estamos em um nível estratégico da comunicação no capitalismo, onde uma personagem de novela ganha um perfil em rede social com conteúdos publicitários que valem milhões, sendo publicados em tempo real. A estratégia de incorporar a divulgação de produtos em produções culturais, não é nova, mas a rapidez com que as mercadorias estão circulando e o valor que está sendo agregado à elas, nunca foi tão alto.

A representatividade capitalizada não é um reflexo da realidade como gostaríamos de acreditar, mas uma forma de representar o que é necessário até onde for conveniente. O caso da série *Bridgerton* que citamos há pouco — um verdadeiro experimento social incorporando um elenco diverso para representar uma época em que a realidade das relações raciais na Inglaterra era totalmente conflituosa e contraditória. A representatividade capitalizada se diferencia do termo original “representatividade”, por que o foco não está nas imagens, na representação pura e simples de algo, mas em fazer isso à fim de que possa ser capitalizado.

Por isso, com base no esquema que apresentamos na figura 10, acreditamos que a representatividade capitalizada tem se estabelecido como mais um dos resultados da função programa dentro da Indústria Cultural, parte do processo das

funções publicidade, propaganda e programa, ou seja, é mais uma etapa do processo de mediação do capital cujo o único objetivo está na acumulação e na livre circulação de mercadorias.

Escrever um trabalho teórico como esse, sobre problemas tão complexos e contraditórios como os que apresentamos aqui foi um exercício intelectual desafiador que encontrou limitações próprias do nível de maturidade acadêmica em que me encontro. Mais do que levantar quantitativamente o que outros autores já elaboraram, foi necessário imprimir tempo e energia para encontrar as maneiras mais coesas e assertivas de transmitir o que temos elaborado junto ao CUBO desde a fase de Iniciação Científica em 2018.

E foi nesse esforço de tornar teorias densas em argumentos palpáveis que encontrei na história da minha própria família, com todo o respeito e admiração que sinto pela minha ancestralidade, uma ferramenta da própria história oral que espero ter sido suficiente não só para contextualizar o trabalho argumentativo, mas para trazer o aspecto humano à uma teoria crítica necessária, mas também extremamente técnica e pragmática. Como já mencionei na introdução deste trabalho, partimos do pressuposto de que para apresentar um conceito como o da representatividade capitalizada, também seria necessário demonstrar que o racismo no Brasil não é óbvio.

Quando falamos do povo negro desse país, não estamos falando de um perfil único, mas sim, de milhares de pessoas complexas, com suas dores e alegrias, histórias que muitas vezes partem de um lugar comum, mas ao mesmo tempo possuem incontáveis nuances. É preciso ter cuidado ao falar de raça no Brasil para não cometermos o erro de querer enfiar goela abaixo soluções superficiais que não consideram tudo o que ser negro pode ser.

Compreender que o ser negro não é uma identidade única, é importante para que ao falarmos sobre representatividade capitalizada fique evidente que estamos falando de representações comerciais, que constroem novas naturezas da negritude do mesmo modo que as imagens de controle que Collins (2019) nos apresenta.

Este é um trabalho que entregamos com a certeza de que não se encerra aqui. Ainda há muito o que ser dito, mas principalmente compreendido. Os mecanismos de manutenção do racismo estão cada vez mais sofisticados, o que torna cada vez mais difícil não cair no que Dennis de Oliveira (2021) chama de o canto da sereia.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**AMOR PERFEITO.** O Globo. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/tudo-sobre/novela/amor-perfeito/>. Acesso em: 31 Jul. 2025.

AMARAL, Marisa Silva; CARCANHOLO, Marcelo Dias. **A superexploração do trabalho em economias periféricas dependentes.** Revista Katálysis, v. 12, p. 216-225, 2009.

ALMEIDA, Silvio. **Racismo estrutural.** São Paulo: Editora Jandaíra, 2019.

ALMEIDA, Silvio Luiz de; PAULANI, Leda Maria. **O silêncio eloquente: por que as teorias do desenvolvimento calam sobre o racismo?** Brazilian Journal of Political Economy = Revista de Economia Política, v. 45, n. 1, p. 183–205, jan.–mar. 2025. DOI: 10.1590/0101-31572025-3686

ANDRADE, Ranyelle. **Netflix anuncia estreia da quarta temporada de Bridgerton em 2026.** Metrôpoles, 14 maio 2025. Disponível em: <https://www.metropoles.com/entretenimento/televisao/netflix-anuncia-estreia-da-quarta-temporada-de-bridgerton-em-2026>. Acesso em: 30 Jul. 2025.

BARBOSA, Adriana. **A ligação entre o mercado de consumo e a população negra.** Feira Preta (publicado na Fast Company Brasil), nov. 2023. Disponível em: <https://feirapreta.com.br/artigo-a-ligacao-entre-o-mercado-de-consumo-e-a-populacao-o-negra/>. Acesso em: 23 Jul. 2025.

BAVARESCO, Agemir; IBER, Christian; LARA, Eduardo Garcia. **Segunda natureza em Hegel e Marx.** Eleuthería – Revista do Mestrado Profissional em Filosofia da UFMS, v. 5, n. 08, p. 23-45, 2020.

BOLAÑO, César. **Indústria cultural: informação e capitalismo.** 2000.

BOLAÑO, César. **Apêndice metrológico.** In: BOLAÑO, César. **Campo aberto.** Aracaju/SE: Edise, 2015.

BOLAÑO, César; BASTOS, Manoel Dourado. **Um pensamento materialista em comunicação.** O Campo da Comunicação, p. 165.

BUENO, Winnie. **Imagens de controle: um conceito do pensamento de Patricia Hill Collins.** Porto Alegre: Editora Zouk, 2020.

DOUGLASS, Frederick. **Citizenship And The Spirit Of Caste: An Address Delivered In New York, New York, On 11 May 1858.** Paper, 21 maio 1858.

Disponível em: <https://frederickdouglasspapersproject.com/s/digitaledition/item/8876>. Acesso em: 16 ago. 2025.

COLLINS, Patricia Hill. **Pensamento feminista negro: conhecimento, consciência e a política do empoderamento**. Tradução de Jamille Pinheiro Dias. 1. ed. São Paulo: Boitempo Editorial, 2019. 495 p.

COMFORT. **Comfort escolhe Maria de Fátima para estrelar sua primeira publi em fashion filme exclusivo**. Gshow (Especial Publicitário), 1º ago. 2025. Atualizado em 1º ago. 2025. Disponível em: <https://www.gshow.globo.com/novelas/vale-tudo/especial-publicitario/comfort/noticia/comfort-escolhe-maria-de-fatima-para-estrelar-sua-primeira-publi-em-fashion-filme-e-xclusivo.ghtml>. Acesso em: 02 ago. 2025.

DA SILVA, Maria Nilza. **O negro no Brasil: um problema de raça ou de classe?** Mediações – Revista de Ciências Sociais, v. 5, n. 2, p. 99-124, 2000.

DA SILVA, Nathália Basil Gomes. **Diversidade Da Porta Pra Dentro: Uma Análise Da Percepção De Profissionais Negros E Negras Sobre As Ações De Esg Em Seus Ambientes De Trabalho**. 2023. Tese de Doutorado. Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca.

DIAS, Jhonatan. **Como o racismo no trabalho impacta a saúde mental?** Portal Drauzio Varella, 20 set. 2022 (revisado em 10 fev. 2025). Disponível em: <https://drauziovarella.uol.com.br/psiquiatria/como-o-racismo-no-trabalho-impacta-a-saude-mental/>. Acesso em: 31 Jul. 2025.

FIGUEIREDO, Carlos; BOLAÑO, César. **Social media and algorithms: configurations of the lifeworld colonization by new media**. The International Review of Information Ethics, v. 26, 2017.

FORTUNA, Maria (jornalista). **Taís Araújo | Conversa Vai, Conversa Vem [Vídeo]**. YouTube, 2025 (assumindo o ano atual do vídeo como 2025). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=3iBHuPc1G-o>. Acesso em: 03 Abr. 2025.

FREITAS, Carolina. **Loja em que Kathlen trabalhava gera revolta ao pedir compras com cupom de jovem morta**. O Dia, Rio de Janeiro, 9 jun. 2021. Disponível em: <https://odia.ig.com.br/rio-de-janeiro/2021/06/6163898-loja-em-que-kathlen-trabalhava-gera-revolta-ao-pedir-compras-com-cupom-de-jovem-morta.html>. Acesso em: 20 Jun. 2025.

FREYRE, Gilberto. **Casa-grande & senzala**. Global Editora e Distribuidora Ltda, 2003.

GONZALEZ, Lélia. **Por um feminismo afro-latino-americano**. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2020.

GUIMARÃES, Antonio Sérgio Alfredo. **Democracia racial**. Cadernos Penesb, Niterói, v. 4, p. 33-60, 2002.

HERSEY, Trícia. **Descansar é resistir: Um manifesto**. Fontanar, 2024.

HOFBAUER, Andreas. **Branqueamento e democracia racial: sobre as entranhas do racismo no Brasil**. Por que raça?, p. 151-188, 2007.

LEITE, Francisco. **As brasileiras e a publicidade contraintuitiva**. São Paulo: Editora Alameda, 2018.

LEMOS, Guilherme Francisco Paiva. **Lei Eusébio De Queirós: História E Versões**. Revista Reflexão e Crítica do Direito, v. 12, n. 2, 2024.

LLORENTE, Analía. **Bridgerton: 3 motivos que explicam como a série virou a mais vista da história da Netflix**. BBC News Brasil, 1 fev. 2021. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-55890538>. Acesso em: 29 jul. 2025.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARX, Karl. **O capital-Livro 3: Crítica da economia política. Livro 3: O processo de circulação do capital**. Boitempo Editorial, 2017.

MENDES, Lorraine. **Meu avô não foi qualquer um: Sankofa em Redenção de Cam**. Faces de Clio, v. 7, n. 13, 2021.

NAEGELE, Pedro. **Diversidade e lucratividade: o caso da novela Vai na Fé e sua importância**. Disponível em: <https://pt.linkedin.com/pulse/diversidade-e-lucratividade-o-caso-da-novela-vai-na-f%C3%A9-import%C3%A2ncia>. Acesso em: 26 mar. 2025.

NASCIMENTO, Abdias. **O genocídio do negro brasileiro: processo de um racismo mascarado**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2016.

O DIA. **Grávida morre durante confronto no Complexo do Lins**. Rio de Janeiro, 8 jun. 2021. Disponível em:

<https://odia.ig.com.br/rio-de-janeiro/2021/06/6163123-gravida-morre-durante-confronto-no-complexo-do-lins.html>. Acesso em: 20 jun. 2025.

OLIVEIRA, Dennis de. **Racismo é, sim, estrutural: um debate com Muniz Sodré**. Revista Fórum, 21 mar. 2023. Disponível em: <https://revistaforum.com.br/opiniaio/2023/3/21/racismo-e-sim-estrutural-por-dennis-de-oliveira-um-debate-com-muniz-sodre-133097.html>. Acesso em: 5 jan. 2025.

OXFAM BRASIL. **Mulheres e negros são maioria no trabalho informal no campo**. Disponível em: <https://www.oxfam.org.br/noticias/mulheres-e-negros-sao-maioria-no-trabalho-informal-no-campo>. Acesso em: 25 fev. 2025.

RIBEIRO, Jamille. **Burnout racial: como preconceito leva pessoas negras ao esgotamento**. BBC Brasil, 23 Mai. 2023. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/ckk4k2l99qxo>. Acesso em: 31 Jul. 2025.

SANTOS, Tamiris Da Anunciação. **A comunicação é um elemento do racismo estrutural? A relação entre comunicação e racismo sob o prisma da economia política da comunicação**. 2021. 63 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2021.

SINTONIA COM A SOCIEDADE. **Consciência racial e consumo: um olhar para as múltiplas dimensões dos consumidores negros brasileiros**. Gente (Comportamentos Emergentes), 29 abr. 2024. Disponível em: <https://gente.globo.com/consciencia-racial-e-consumo-um-olhar-para-as-multiplas-dimensoes-dos-consumidores-negros-brasileiros/>. Acesso em: 31 Jul. 2025.

WILLIAMS, Eric. **Capitalismo e escravidão**. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2012.