



FUNDAÇÃO ESCOLA DE COMÉRCIO ÁLVARES PENTEADO

CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

RELAÇÕES PÚBLICAS, ARTE E MOVIMENTO SOCIAL:

UM ESTUDO DE CASO DA INTERVENÇÃO URBANA E REALIDADE VIRTUAL

AUMENTADA: “WE RISE ABOVE”

MARIANA DE LIMA MICHELINO

WASHINGTON DISTRICT OF COLUMBIA

2020

MARIANA DE LIMA MICHELINO

**RELAÇÕES PÚBLICAS, ARTE E MOVIMENTO SOCIAL:
UM ESTUDO DE CASO DA INTERVENÇÃO URBANA E REALIDADE VIRTUAL
AUMENTADA: “WE RISE ABOVE”**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
para o curso de Relações Públicas do Centro
Universitário Álvares Penteado – FECAP.
Orientadora: Prof. Me. Leslye Revely

Washington, DC

2020

MARIANA DE LIMA MICHELINO

**RELAÇÕES PÚBLICAS, ARTE E MOVIMENTO SOCIAL:
UM ESTUDO DE CASO DA INTERVENÇÃO URBANA E REALIDADE VIRTUAL
AUMENTADA: “WE RISE ABOVE”**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
para o curso de Relações Públicas do Centro
Universitário Álvares Penteado – FECAP.
Orientadora: Prof. Me. Leslye Revely

São Paulo, 04 de dezembro de 2020.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Leslye Revely

Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP

RESUMO

Este trabalho visa analisar, pelo viés das funções de um profissional de Relações Públicas e diante das manifestações do movimento *Black Lives Matter* de 2020, a intervenção do artista plástico Vince Fraser: *We Rise Above*. A obra foi um convite da empresa de arte digital, ARTECHOUSE, com fortes influências nos movimentos afrossurrealistas e afrofuturistas. A arte visual foi um grande reflexo diante da presença forte da causa nas redes sociais com a hashtag #blacklivesmatter. O movimento gerou um debate global que ganhou força entre comunidades dos mais diversos países na luta contra a violência policial nos Estados Unidos e alcançando proporções mundiais. A intervenção estudada “*We Rise Above*” é uma extensão do protesto manifestada em arte com uso de realidade aumentada na *Black Lives Matter Plaza*, trecho da *16th Street* em frente à Casa Branca, em Washington DC, que teve o asfalto pintado com o nome do movimento e se tornou um ponto de encontro para turistas, ativistas e artistas. Dessa forma, estudando essa intervenção, com um estudo de caso e, observando a relação das empresas diante do movimento, foi realizado apontamentos a respeito da área de Relações Públicas e sua atenção aos movimentos sociais e as novas possibilidades de arte visual para aprimorar seu relacionamento com seus públicos.

Palavras-chave: *Black Lives Matter*; Relações Públicas; movimentos sociais; intervenção artística

ABSTRACT

This work aims to analyze, through the bias of the functions of a Public Relations professional and in face of the manifestations of the Black Lives Matter movement of 2020, the intervention of the visual artist Vince Fraser: *We Rise Above*. The work was an invitation from the digital art company, ARTECHOUSE, with strong influences on the Afro-realistic and Afro-Futuristic movements. A visual art was a great reflection of the presence of the causes, with strong presence on social networks with the hashtag #blacklivesmatter. The movement generated a global debate that gained strength among communities in the most diverse countries, for the fight against police violence in the United States and reaching worldwide proportions. The intervention studied “We rise above” is an extension of the protest manifested in art using augmented reality at the Black Lives Matter Plaza, part of 16th Street in front of the White House, in Washington DC, which had the asphalt painted with the name of the movement and became a meeting point for tourists, activists and artists. Thereby, studying this intervention, with a case of study and, observing the relationship of companies before the movement, notes were made about the Public Relations area and it calls attention to social movements and the new possibilities of visual art to improve their relationship with their publics.

Key-words: *Black Lives Matter*; Public Relations; social causes; artistic intervention; augmented reality; ethics; ARTECHOUSE.

1 INTRODUÇÃO.....	7
2 BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO E ARTE PARA COM A SOCIEDADE.....	8
2.1 SOBRE A EVOLUÇÃO DA COMUNICAÇÃO.....	8
2.2 A ARTE E SUAS VERTENTES NA FORMAÇÃO DA SOCIEDADE MODERNA.....	17
3 CAUSAS SOCIAIS E RELAÇÕES PÚBLICAS.....	22
4 O MOVIMENTO SOCIAL BLACK LIVES MATTER.....	24
5 O ESTUDO DE CASO.....	42
5.1 BLACK LIVES MATTER PLAZA.....	42
5.2 WE RISE ABOVE, ARTEHOUSE.....	45
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	54
7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	59

1 INTRODUÇÃO

O presente artigo tem como objetivo identificar a possibilidade de atuação do profissional de Relações Públicas em meio aos conflitos sociais vividos pela nossa sociedade na era da conectividade, utilizando a arte visual como estímulo de grande potência para acionar percepções e sensibilidade.

O objeto de estudo principal é a interação entre empresas, meios de comunicação, arte e cultura durante as manifestações do *Black Lives Matter* (em português “Vidas Negras Importam”), nos Estados Unidos, alcançando o mundo com a força das *hashtags* a partir de maio e junho de 2020. Até a data da escrita desse artigo, novembro de 2020, a hashtag já contava com 25 milhões e 900 mil publicações na página do Instagram.

Para falar sobre a importância do Relações Públicas nos acontecimentos históricos, será analisada a intervenção artística feita pela empresa ARTECHOUSE, através do projeto *We Rise Above*, numa praça pública da cidade de Washington - DC, EUA, onde a autora deste trabalho reside durante a produção do artigo.

Os objetivos secundários foram: (1) identificar qual a importância das Relações Públicas para se conectar aos problemas e causas da sociedade, e como as empresas devem se posicionar diante movimentações sociais envolvendo seus públicos; (2) como a arte visual pode ajudar nesse processo de conexão, através da análise da ação feita pela ARTECHOUSE, de autoria de Vince Fraser, que desenvolveu uma intervenção artística parte do movimento afrofuturista em realidade aumentada na *Black Lives Matter Plaza*; (3) e como se manifesta o ativismo, dentre as inúmeras possibilidades da tecnologia, considerando a reação das empresas no mundo hiperconectado.

O início da pesquisa conta com um breve histórico da comunicação, para compreender a importância da área com as relações sociais e humanas. Sendo a linguagem a principal ferramenta que nos diferencia de outras espécies, a artimanha de nos comunicar que permitiu ao ser humano se organizar como

comunidade, e entender sua trajetória até chegarmos às mídias sociais digitais e sua intervenção no diálogo civil.

Logo após, foi estudado como é feito o posicionamento das marcas e a atuação do profissional de Relações Públicas para intermediar o debate entre as empresas e o que está em pauta para a população, considerando o papel desse profissional na ajuda e eficiência da intermediação e posicionamento das marcas com relação a movimentos sociais.

A metodologia da pesquisa foi feita através de estudos primeiramente bibliográfico a respeito da teoria e história da Comunicação, os conceitos e teorias de Relações Públicas e, depois, a respeito do movimento social *Black Lives Matter*, em artigos e textos on-line (devido ao ineditismo do tema). No segundo momento, foi feito um estudo de caso *in loco* (no local) a respeito da intervenção artística mencionada acima, observando (estudo empírico) o seu funcionamento e significado da obra para comentários e reflexões da autora, sobre como um estímulo artístico pode provocar e instigar o público a novas percepções sobre o tema.

Por fim, nas considerações finais, foi evidenciado que cada vez mais o profissional de Relações Públicas necessita de uma atenção especial às redes sociais, para sobretudo acompanhar *hashtags* e movimentos sociais e assim, estudar posicionamentos e diretrizes da empresa em que atua para melhor estratégia de criação e manutenção de relacionamentos com seus públicos. Além disso, o uso das artes visuais pode ser um grande estimulador de novos pontos de vistas e olhares para temas diversos a serem apresentados para o público, provocando-os em todos os sentidos.

2 BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO E ARTE PARA COM A SOCIEDADE

2.1 SOBRE A EVOLUÇÃO DA COMUNICAÇÃO

Para falar sobre o vínculo entre as Relações Públicas e as causas sociais, é preciso primeiro entender qual a importância da comunicação para a forma como a nossa sociedade se estruturou. Segundo Harari (2015), a razão pela qual nos diferenciamos das demais espécies é, principalmente, a nossa capacidade de nos organizarmos em grupo e buscarmos objetivos em comum. Esse feito somente é possível através da nossa habilidade e experiência em nos comunicar, evidenciada pela citação abaixo que comenta a respeito de nossa capacidade de comunicar e a relação com nosso desenvolvimento em civilização:

Foi a crescente capacidade para comunicar-se cabal e perfeitamente que levou ao desenvolvimento crescente de complexa tecnologia, e a mitos, lendas, explicações, lógica, hábitos, e às regras complexas para o comportamento que possibilitaram a civilização. (HARARI, 1993, p. 22)

Para complementar, Margarida Kunsch (2014) define que há três principais marcos da comunicação na história, que foram determinantes para o desenvolvimento da sociedade como vivemos hoje: a escrita, a prensa de Gutenberg e a Revolução Industrial.

Sobre escrita, conforme Harari (2015), a Revolução Agrícola permitiu que milhares de pessoas praticassem o cultivo de alimentos de forma sedentária, excluindo a necessidade de migrar-se para outros territórios, forçando os primeiros agricultores a processar todas as informações econômicas de cada safra sem nenhuma ferramenta de apoio, ou seja, produções estavam sendo feitas em maior escala, mas sem uma unidade de medida confiável para organizar esse progresso. Com o crescimento das populações, tornava-se mais difícil guardar uma quantidade de dados tão precisos apenas pela memória, e a forma de solucionar este problema foi criando a escrita e o dinheiro, há cerca de 5 mil anos, sendo este o primeiro marco revolucionário para a organização da sociedade, transformando-a de oral para escrita.

A escrita e o dinheiro possibilitaram que se começasse a coletar impostos de centenas de milhares de pessoas, a organizar burocracias complexas e a estabelecer amplos impérios. Na Suméria, esses reinos

eram administrados em nome dos deuses por sacerdotes-reis humanos. (HARARI, 2015, p. 34)

Entretanto, o surgimento da escrita não significou que a sociedade, como um todo, começasse a ler e escrever seus feitos ou dados econômicos. As terras eram posses de propriedade das organizações religiosas, então, os sacerdotes, que detinham o poder, organizavam as informações necessárias para manter a ordem social na época. O monopólio da informação pelas instituições sagradas criava lendas e mitos que eram seguidos e respeitados pela população através da confiança na onipotência de um ser superior.

Esse cenário só muda quando Gutenberg inventa uma máquina de impressão manual no século XV, caracterizada pela segunda grande mudança da comunicação, segundo Kunsch (2014). A ampliação da capacidade de produção de livros, revistas e jornais, principalmente da Bíblia, e conseqüentemente da leitura, tornou possível à população entrar em contato com o conhecimento, até então de propriedade de entidades sagradas, e desenvolver seu próprio senso crítico dos acontecimentos do momento. É importante destacar que o jornal tem um papel fundamental nesse processo de democratização da informação, pois permitiu ao cidadão comum ter acesso às principais ideias acerca de questões sociais.

O terceiro marco importante da comunicação, segundo Kunsch (2014), é a Revolução Industrial, entre os séculos XIX e XX, e o começo da cultura de massa, ou seja, quando aparelhos eletrônicos difundiram o acesso à informação, através de eletrônicos como a televisão e o rádio, atingindo uma grande quantidade de pessoas. “Em cada uma dessas revoluções, como sublinhado por McLuhan, a introdução de novos meios determinou a possibilidade de alcançar um público cada vez maior em menos tempo e com custos cada vez menores”. (KUNSCH, 2014, p.7)

No século XXI a humanidade passa por outra Revolução no âmbito da comunicação: a Tecnológica. Tudo passa a ser mais acessível, rápido e global com os novos meios de se comunicar: internet, telefone, redes sociais e as *hashtags*. Os computadores e avanços em viagens aéreas, permitem que

peessoas, ideias e conceitos possam se difundir de forma intensa. O multiculturalismo¹ se espalha revelando tradições e raízes diferentes, antes num aspecto regional e agora numa abordagem global.

Conforme Kellerher (2018), todo esse contexto resigna a hegemonia antes imposta, que subordina grupos na sociedade nos âmbitos social, racial, político e cultural às custas da diversidade. A partir dessas mudanças se constrói e estimula uma cultura participatória².

Considerando os aspectos anteriores, o momento em que vivemos apresenta uma forma inédita de se lidar não com a comunicação, mas também com a arte. A convivência com tecnologias digitais desestruturou a forma como a teoria das comunicações era escrita na literatura e na arte até então. Antes, composta por emissor, mensagem e receptor, a teoria tradicional se viu diante de um novo fenômeno que embaralha a linha, horizontal e analógica, de se pensar a comunicação em massa. A comunicação atualmente é em rede, veloz, não-linear e complexa.

A construção de um social em rede, caracterizado por circuitos informativos interativos, obriga-nos a repensar as formas e as práticas das interações sociais fora da concepção funcional-estruturalista, baseada em relações comunicativas analógicas. O mesmo papel da tecnologia comunicativa no interior das relações sociais deve ser completamente repensado. As fórmulas da sociedade de massa, baseadas na distinção identitária entre o emissor e o receptor, entre empresa e consumidor, instituições e cidadãos, não conseguem mais explicar a complexidade das interações sociais contemporâneas. (KUNSCH, 2014, p. 7)

A difusão dos computadores pessoais e telefones móveis criou uma nova maneira das pessoas se conectarem entre si, forma que o pensador Manuel Castells (1999) classifica em seu livro, de mesmo título, como “sociedade em rede”. Diante da ampla interferência da tecnologia e da conectividade nas atividades diárias da modernidade, o comportamento humano mudou e trouxe

¹ Coexistência de várias culturas num mesmo território, país etc. (KELLEHER, 2018)

² Uma cultura na qual cidadão públicos e privados são tão propensos a produzir e compartilhar, assim como consumir; comumente aplicado em mediados contextos em que pessoas produzem e publicam informação online.

novos questionamentos sobre a sociedade em formação. Entretanto, segundo Castells, não há como desassociar os avanços digitais da forma como nos organizamos como grupo, pois “a tecnologia é a sociedade e a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas”. (CASTELLS, 1999, p. 43)

Ainda segundo Castells (1999), a citação abaixo fala sobre a relação e importância da consciência entre esse processo da tecnologia e a transformação social:

Precisamos localizar o processo de transformação tecnológica revolucionária no contexto social em que ele ocorre e pelo qual está sendo moldado; e devemos nos lembrar de que a busca da identidade é tão poderosa quanto a transformação econômica e tecnológica no registro da nova história. (CASTELLS, 1999, p. 42)

Entende-se que a nova dinâmica das redes sociais permite livre relações entre pessoas, empresas e instituições que vão além do ambiente e presença física “fazendo que a difusão das mídias eletrônicas crie muitas situações sociais novas” (FELICE, 2014, p. 8). As informações são recebidas, ora editadas, compartilhadas e produzidas através de múltiplas formas de interações e diferentes influências.

Essa mobilidade virtual transcende a comunicação de uma forma democrática, ainda que em face de constantes desafios e efeitos colaterais, como é o caso do recente termo “cultura do cancelamento”³. Entre as atividades tomadas para repudiar em massa a ação considerada equívoca estão: boicote a compras dos serviços ou produtos da empresa que se posicionou de forma considerada errada.

Portanto, com os avanços das redes sociais, a internet virou uma espécie de tribunal, do qual não existe normas e nem princípios pré-estabelecidos, ou seja, não há padrão e nem sequer processo nos “julgamentos” proferidos, sendo assim, produz-se injustiça em larga escala. O chamado “cancelamento” nada mais é do que um ato desrespeitoso para com as leis, a Constituição e ao convívio social democrático. (CHIARI, LOPES, SANTOS, & BRAZ, 2020, p. 5)

³ linchamento virtual de atitudes consideradas impróprias

Entretanto, essa prática evidencia atitudes preconceituosas por parte de empresas ou pessoas públicas, disseminando ofensas que tradicionalmente são disfarçadas pela população. A falta de contato físico que a internet proporciona cria um escudo entre o emissor e o receptor da mensagem, e surge um terreno fértil para ofensas sem fundamentos. Toda via, a cultura do cancelamento pode ser favorável a minorias e grupos em vulnerabilidade, por exemplo, a escritora e autora da saga Harry Potter, JK Rowling, acumulava muito carinho dos fãs em sua conta do Twitter, entretanto, após fazer declarações contraditórias sobre transexualidade acabou sendo cancelada na internet, recebendo uma enxurrada de comentários criticando seu posicionamento preconceituoso. Visto isso, podemos considerar que a cultura do cancelamento pode ser interessante para o ativismo e para as causas sociais.

Podemos dizer que o avanço da narrativa digital, da interatividade imersiva dos games, das novas formas interativas de acesso à informação, das conversas instantâneas (WhatsApp), até as manifestações sociais no Instagram, representam o mais novo território de disputa e luta na sociedade. (FERRARI, 2014, p. 15)

Essa mudança também é aplicável à comportamentos políticos, através do uso da internet e das redes sociais é possível organizar movimentos populares que se opõem ao autoritarismo ou modelos governamentais incoerentes, como é o caso do que aconteceu na Primavera Árabe, movimento que ocorreu no Oriente Médio em 2011 e contou com as redes sociais para alcançar as proporções que chegou.

A propagação do movimento conhecido como Primavera Árabe, que completa um ano nesta quarta-feira (04/01), para toda a região do Norte da África e do Oriente Médio não seria teria sido possível sem os recursos e dispositivos proporcionados pelas redes sociais. A conclusão foi tirada de um relatório divulgado pela Dubai School of Government, que indica a importância de serviços como Twitter e Facebook na disseminação e fortalecimento das manifestações populares que, em última instância, se espalharam pelo mundo. (BORGES, 2012, p. n.)

Através da utilização de redes como o Facebook e o Twitter, que tiveram um crescimento exponencial durante o período de manifestações – 200 mil

novos usuários entre novembro de 2011 e janeiro de 2012 -, a Tunísia, Emirados Árabes Unidos e Egito organizaram seus protestos e encontraram outros cidadãos também descontentes com os líderes políticos. Com o acesso restrito que a imprensa tradicional tem àquela região, principalmente a mídia internacional, as redes sociais foram essenciais para apresentar ao resto do mundo os abusos que as populações estavam sofrendo.

Tom Kelleher (2018), em seu livro sobre Relações Públicas, publicado pela universidade de Oxford, considera que as mídias sociais têm um dever para com a sociedade como uma facilitadora do diálogo democrático, afim de proporcionar uma economia saudável aos públicos, dando a oportunidade de engajar organizações em uma franca troca de ideias, produtos, serviços e capital social. O autor pontua também que na mesma proporção é possível causar desinformação, enganos, desconfiança, cinismo e generalizar desapontamentos. Para uma boa performance é necessário sempre uma atenção especial à ética, principalmente nas redes sociais. (KELLEHER, 2018)

Observa-se que as diferentes naturezas das ofensas podem dar origem a essa movimentação que é social, cultural e política na essência na difusão de conceitos, em todos os campos discutidos até aqui, na comunicação, na arte e na sociedade.

As mídias sociais representam um estímulo estratégico, tanto para governos quanto para cidadãos, uma vez que pode ser usada para fomentar a dissidência, bem como impulsionar os valores democráticos a toda uma sociedade [...] Mídias sociais são um novo catalisador para a mudança social que pode representar uma ameaça ou oportunidade. (BARTKOWIAK, FONSECA, MATTOS, & SOUZA, 2017)

Um dos principais mecanismos de ranqueamento e melhora na busca de assuntos específicos dentro das redes sociais são as *hashtags*. A partir do sinal #, qualquer assunto pode ser facilmente e rapidamente encontrado nas mais diversas plataformas digitais com apenas poucos cliques. Essa funcionalidade tem sido utilizada massivamente e ganha especial força quando relacionada às manifestações políticas, sociais e até mesmo artísticas.

Hashtags (ou palavras-chaves) são uma maneira de “etiquetar” ou indexar conhecimento e organizar informações, orientando de maneira mais certa uma pesquisa online. É uma forma fácil de agrupar conteúdos temáticos e encontrar perfis com interesses e discussões

comuns, o que é fundamental em pautas sociais como a luta antirracista e é facilmente observável nas redes. (MANDELLI, 2020, p. n.)

Lançado em 2015, o projeto artístico de Molly Gochman, Red Sand Project (#redsandproject), utiliza dessa ferramenta para organizar as mais de cinco mil fotos tiradas por internautas do mundo inteiro que chamam a atenção para o tráfico e exploração de pessoas. As intervenções com areia vermelha nas calçadas buscam chamar atenção aos abusos sofridos pelas vítimas, evidenciando que não podemos simplesmente caminhar sobre as pessoas mais marginalizadas em nossas comunidades. Pelo projeto, qualquer pessoa, em qualquer lugar, pode solicitar um saquinho de areia vermelha e preencher fendas de calçadas em sua cidade, marca do projeto, e publicar fotos nas suas redes sociais com a *hashtag*, reunindo ativistas, conectando pessoas e gerando iniciativa para combater o problema, com alcance através da instalação artística pública e pelo público, para o questionamento de um alarmante problema social. (LARMANN, DEWITTE, & SHIELDS, 2018).

Figura 1 – Exemplo da intervenção artística Red Sand Project



Fonte: Instagram @redsandproject. Acesso em 23 nov. 2020

Os exemplos são muitos, pois as hashtags viraram um símbolo de indignação e justiça. Como a hashtag #jesuischarlie, com 663 mil publicações, que surgiu em resposta ao ataque terrorista provocando 11 mortes na revista francesa Charlie Habdo em 2015, em Paris. A revista, que existe desde 1960, sempre teve uma linguagem de humor ácida, crítica e provocativa a elites políticas, econômicas e sociais⁴.

No Brasil, a hashtag #SomostodosMaju e #SomostodosMajuCoutinho, ligada à questões de preconceito racial e representatividade na mídia brasileira, também ganhou reverberação. O movimento ganhou destaque tanto no país quanto em jornais internacionais em 2015. Maria Julia Coutinho, de apelido Maju, jornalista no horário nobre, responsável pela previsão do tempo do Jornal Nacional da Globo, maior emissora de televisão do país, foi vítima de injúrias raciais que rapidamente se proliferaram nas redes sociais. (SILVA, 2017)

Isso se deve ao fato de que o preconceito se esconde em ofensas mascaradas como piadas e comentários pejorativos. Como ainda existe pouca representatividade em veículos de massa como a televisão aberta, a população tem dificuldade em se ver representada e perpetua o problema enraizado ao longo da história. Agora com as mídias sociais, ao mesmo tempo que o preconceito é nomeado e escrito, abre-se um espaço para combater essa dicotomia entre as pessoas que ocupam os espaços de destaque, levando públicos a discussões mais ativas em prol de uma sociedade verdadeiramente democrática. O combate a atitudes racistas feito por organizações ou civis agora é organizado com um simples símbolo, a hashtag (representada pelo #) causando grandes impactos políticos e econômicos ao redor do mundo. (SILVA, 2017)

O impacto das *hashtags* também é claro quando investigamos o alcance do objeto de estudo deste trabalho, o movimento *Black Lives Matter*. Uma

⁴ Disponível em <http://g1.globo.com/mundo/noticia/2016/01/je-suis-charlie-um-ano-depois-o-simbolo-que-virou-maldicao-de-revista.html> Acesso em 05 de novembro de 2020.

pesquisa feita pelo Twitter em 2016 identificou que entre as *hashtags* mais usadas em toda a história da plataforma de relacionamento estão, em terceiro lugar, a #BlackLivesMatter, publicada mais de 12 milhões de vezes em 2016 (nota-se que neste período ainda não aconteciam as manifestações mais recentes que deram visibilidade ao movimento), e em primeiro #Ferguson, relacionada ao assassinato do jovem negro Michael Brown, vítima de um policial branco no Missouri, alvo de protestos.

Filtrar tudo isso no universo digital é fundamental para tangibilizar causas e participar ativamente e de maneira cidadã da luta antirracista. É óbvio dizer que uma tragédia social como o racismo não vai se resolver por meio de *hashtags*, e a própria trajetória do Black Lives Matter mostra a urgência de ações práticas de desconstrução de preconceitos estruturais que aprofundam as desigualdades entre pretos e brancos em todas as esferas. Mas não se pode desprezar o poder das redes na disseminação de informação útil, na amplificação de vozes e no processo educativo das populações. (MANDELLI, 2020)

2.2 A ARTE E SUAS VERTENTES NA FORMAÇÃO DA SOCIEDADE MODERNA

A arte, como reflexo da sociedade e da cultura, acompanha estes mesmos aspectos de transições históricas, com intuito de buscar atenção de governos, protestar, censurar e revolucionar. Como discutido em “Gateways to Art” – traduzido como “Portas de Entrada para Arte” –, a arte converge em expressões visuais e sensoriais (principalmente a partir do pós-modernismo⁵), de forma ainda mais poderosa na comunicação, sendo alvo de provocação e censura, visto que é considerada uma mensagem de grande impacto. Como discorre o livro, a arte acompanha marcos históricos e apresenta evolução de estilos e técnicas conforme os momentos que passam a sociedade, de cobranças políticas, sociais e econômicas. (LARMANN, DEWITTE, & SHIELDS, 2018)

⁵ Pós-modernismo: movimento na arte, arquitetura e crítica do final do século XX em resposta ao modernismo (c. 1860–1960) com uma desconfiança em grandes narrativas e questionando a própria natureza da arte, reconhecendo a natureza construída da realidade e da experiência.

Percebe-se ao longo da história que líderes, principalmente os mais autoritários, usam do poder da arte e enfatizam a grandiosidade de seu governo, guerra e feitos. Como exemplo, no antigo reino Babilônico, o Rei Hammurabi utiliza-se da arte para enaltecer-se de uma conexão divina com os Deuses e assim persuadir pessoas a seguir e respeitar sua palavra de ordem. Ou no Império Romano, quando Constantino usa da arte para demonstrar sua força, conquistas políticas e militares. Outro exemplo foi o comunista chinês Mao Zedong (1893–1976) que encomendou obras de arte para promover suas ideologias políticas. Dessa forma, arte está presente para manipular e conter uma imagem de bom governo. Quando esta se contrapõe às ideias de governantes sofre censura.

Na Alemanha, em meados 1930, o regime nazista lançou um ataque sistemático e em grande escala à arte moderna que denunciava e não enalteciam os ideais do governo vigente.

Inicialmente confiscaram aproximadamente 5 mil trabalhos de artes de museus, mais tarde tomou outras 16.500 peças de colecionadores. Algumas dessas 4 mil peças foram queimadas, enquanto outras se tornaram propriedade de colecionadores nazistas, ou foram vendidas para beneficiar o partido Nacional Socialista. Se examinarmos a história da censura da arte, nós vemos que pessoas encontraram muitas razões para atacar, destruir, ou evitar exposições de arte. (DEWITTE, Debra J.; LARMANN, Ralph M.; SHIELDS, M. Kathryn;, 2018, p. 34)

Uma imensa estátua de Saddam Hussein foi erguida em 2002. Um ano depois, quando Hussein foi deposto, a estátua se torna mais conhecida pelo ato de destruição icônico e violento do que de fato pelo hasteamento. No ato de destruição, uma multidão de iranianos celebra a queda do seu governo, amarram uma corda e trazem abaixo a estátua. Em determinado momento, soldados americanos cobrem a cabeça da estátua e a destroem com um guindaste. Essa revolta e raiva das nações revelam a crueldade a que estavam submetidos durante seu governo ditador. A arte pública era utilizada como um dos mecanismos de controle do governo autoritário desde 1979. (DEWITTE, Debra J.; LARMANN, Ralph M.; SHIELDS, M. Kathryn;, 2018)

Todas as vezes que a arte pode ser entendida como crítica, ou confrontar ideais de poder do governo vigente, ela fica sob ameaça de censura. Uma

resposta frequente de iniciativa da população é transformar buscar, através de revoluções ou em forma ativismos, reivindicar seus interesses. Essa iniciativa quase sempre vem acompanhada pelas artes em geral, exemplificado pelo estudo de caso que tem seus desdobramentos e representatividade artística.

Segundo os autores DeWitte, Larmann e Shields (2018), no período que antecede as transformações tecnológicas, a arte ganha um caráter ainda mais ativista. Com uma preocupação maior voltada para o social e cultural, no movimento pós-moderno, que se inicia entre os séculos XX e XXI, é que se insere a reflexão de que o poder vem das massas e não de um líder singular, característica que se estende até os dias de hoje. O movimento pós-moderno, ou também denominado arte contemporânea, quebra com valores e conceitos da arte renascentista e suas vertentes similares. Essa desconstrução da arte, assim como observada nas comunicações, traz muitos novos significados e inúmeras formas de se expressar.

Os movimentos artísticos, que antes se apresentavam com formas e técnicas eurocêntricas, rompem com antigos protocolos de gênero⁶ e se modificam de forma tão simbiótica que se tornam de difícil classificação por reunir diferentes elementos, como som, mídias, aroma, performance, instalações, entre outros. Na era contemporânea surge um questionamento profundo e ainda infinito sobre “o que é arte?”, quando tudo pode ser arte.

No Brasil, por exemplo, o artista Flavio de Carvalho, buscando fugir dos rótulos e ser considerado um revolucionário, as vezes expressionista e outras surrealista, em sua performance de 1956, escandaliza com a obra “*New Look*” ao caminhar vestido de mulher com saia, meia calça e blusa no centro da metrópole paulista, reivindicando um novo protótipo de roupa masculina.

Figura 2 – Flavio de Carvalho em “A Experiência como Obra”

⁶ Gêneros: categorias de assuntos artísticos, muitas vezes com histórias e tradições fortemente influentes. (DEWITTE, Debra J.; LARMANN, Ralph M.; SHIELDS, M. Kathryn;, 2018, p. 554)



Fonte: Parque do Ibirapuera. Acesso em 26 nov. 2020

Artistas contemporâneos muitas vezes desafiam as expectativas borrando as fronteiras entre elementos que antes pareciam muito separados, mesmo em oposição uns aos outros. Eles misturam gêneros como ficção e não ficção, categorias como artesanato e belas artes e mídias como pintura e escultura. O ambiente onde um artista faz seu trabalho e os locais pelos quais as pessoas o acessam costumam ter um grande impacto. Os artistas também enfatizam o fato de que o significado em suas obras é aberto e, em última análise, exige que o espectador decida o que pode ser.

Um exemplo da forma como causas sociais e obra de arte podem se misturar, é no caso da estátua da Menina Destemida, posicionada em frente ao touro de *Wall Street*, monumento que representa a voracidade do mercado financeiro, predominantemente masculino. A obra se tornou um símbolo da representatividade feminina em cargos de liderança, posicionada temporariamente para uma campanha do Dia Internacional da Mulher. A ação

proposta pela agência de publicidade McCann recebeu o prêmio máximo de Relações Públicas.

Figura 3 – Menina Destemida enfrenta o touro de Wall Street



Fonte: Hypeless. Acesso em 26 nov 2020

Além desse conceito aberto, as tecnologias modificaram o modo de expressão artística, possibilitando ir além da obra e estabelecendo comunicações amplas em sociedade.

arte assumiu uma urgência renovada, e as novas tecnologias de comunicação eletrônica desempenharam um papel central na reimaginação não só o que uma obra de arte poderia ser, mas também como ela poderia ir além do mundo da arte para envolver a vida e a sociedade, diretamente transformando o mundo. (DEWITTE, Debra J.; LARMANN, Ralph M.; SHIELDS, M. Kathryn, 2018, p. 346)

Vale salientar ainda que a arte:

explora novas estruturas sociais somando-se à diversificadas perspectivas, e no processo inevitável — e frequentemente deliberado — desafiador ou questionador sobre existentes convicções e preconceitos. Artistas no pós modernismo replicam o feminismo e os

Direitos Civis nos anos 60 e 70 para cada vez mais enfatizar identidades políticas, referenciando suas próprias histórias, ou questionando a história da nação ou cultura que estão conectados. Nos anos recentes, arte tomou um distinto caráter internacional, com renovados interesses, empenhando audiências e impactando o mundo a nossa volta. (DEWITTE, Debra J.; LARMANN, Ralph M.; SHIELDS, M. Kathryn;, 2018, p. 549)

Logo, a arte torna-se uma grande potencializadora de mensagens relacionadas à movimentos excludentes, que ganham maior gama de opções em seu ativismo quando encontra a percepção de que o poder vem do povo.

3 CAUSAS SOCIAIS E RELAÇÕES PÚBLICAS

Mídias sociais surgiram como alternativas para a comunicação de massa, ao mesmo tempo que as relações públicas evoluem de um preocupante fenômeno de mediação de massas para uma construção coloquial de relacionamentos. (KELLEHER, 2018, p. 88)

Sabendo da influência da comunicação para nossa construção de sociedade desde o começo da civilização, podemos traçar algumas relações entre a forma como as causas sociais e as relações públicas se complementam. Um ponto importante a se trazer para este debate são os agentes que fazem parte da arquitetura social, sendo as instituições, a sociedade civil e as empresas, “que são chamadas à interação e à contínua reinvenção de suas fronteiras e seus significados”. (FELICE, 2014, p. 6%) Outro ponto interessante dessa nova organização é a junção de duas coisas que até então eram distintas: o pensamento e a tecnologia, processo que Felice caracteriza como uma hibridação entre mídias, espaços e sociabilidade.

As novas tecnologias proporcionaram uma nova forma de organização social, que torna possível a comunicação entre empresas, instituições e sociedade, através de meios digitais e *hashtags* que equivalem em nível de importância as mensagens de acordo com o interesse do usuário naquele assunto. Esse cenário é essencial para a efetividade das ações do Relações Públicas, que pode criar estratégias para que as empresas consigam se demonstrar com personalidade, criando vínculos inéditos com os seus clientes e

stakeholders. Dentro deste cenário também é possível identificar novas comunidades virtuais se organizando, que se aproxima de cenas teatrais, em que cada personagem exerce um papel conforme cada tipo de situação, sendo necessário estudar a relação entre a mídia e as interações sociais, e o impacto dessa miscigenação no ambiente físico e a situação social.

Tal definição empurra a análise para além das situações sociais que se produzem nos espaços física e arquitetonicamente delimitados, quebrando a tradicional distinção que se produziu entre os estudos de interação e os estudos midiáticos. [...] As formas sociais da modernidade passam a deslocar as relações para metageografias e para metaespaços midiáticos, mudando o significado e as práticas de atuação dos atores sociais, sejam estes indivíduos, grupos, classes, instituições ou empresas. (FELICE, 2014, p. 8%)

Ao compartilhar responsabilidades e interesses comuns, a empresa é parte de uma sociedade e se organiza para prover (e prover-se) das necessidades que a comunidade em que está inserida apresenta. Sendo assim, o trabalho do Relações Públicas é um “trabalho de servir a vários mestres” (KELLEHER, 2018, p. 19). No livro de Philip Seib e Kathy Fitzpatrick (1995), “Public Relations Ethics”, os autores destacam a origem de muitos dilemas éticos que os profissionais dessa área da comunicação enfrentam. O profissional de Relações Públicas tem o dever de atender necessidade de: si próprio, os clientes da empresa, seus empregados, a profissão, a mídia e a sociedade; o que evidencia a importância de estar antenado nos acontecimentos externos e internos. (SEIB & FITZPATRICK, 1995)

Diante dos mais polêmicos acontecimentos, dada a sua imensa proporção, as mídias sociais e a sociedade lideram o dilema entre boicotes, diante da nova cultura do cancelamento, ou a adoração às marcas. A mestre e membro da Associação Arthur Page, Kathy Fitzpatrick, em sua entrevista à Kelleher para o livro *Public Relations* (2018), expressa que as novas tecnologias e a globalização nos cobram maiores padrões éticos. Os códigos de ética têm a função de ajudar a direcionar empresas e públicos, esboçando condutas pertinentes ao trabalho desenvolvido e sendo útil em face de novos desafios. Ainda, fomentam vantajosa reputação para aqueles que demonstram

profissionalismo, conhecimento e habilidades requeridas para posicionamento da função. (KELLEHER, 2018 p. 22)

Esse debate infla as discussões acerca da diversidade dentro das organizações, pois apenas com vários pontos de vista é possível enxergar os desdobramentos dos planejamentos verdadeiramente democráticos. Ou seja, um plano de comunicação bem elaborado está construído baseado em ações significativas feitas por um time diverso, para que sua mensagem seja mais efetiva com os diferentes públicos. Mais adequado ainda para o posicionamento de uma instituição e para a construção e manutenção de relações sustentáveis com seus *stakeholders*, assim expandindo lealdade para diversificados grupos. Além disso, leva-se em conta que a mídia social é uma extensão das Relações Públicas (expressão de Rosanna M. Fiske⁷ – entrevista dada para Tom Kelleher ao livro *Public Relations*), peculiar à característica de falta de controle do canal se equiparada a frequentes eventos que competem à profissão. O fato da mídia social não ser um ambiente controlado proporciona trocas únicas e substanciais, e também uma excelente fonte de pesquisa, seja para olhar a concorrência, seja para analisar métricas quantitativas ou qualitativas de ações anteriores, seja para iniciar novas pesquisas com diferentes ou específicos públicos. Entretanto, a falta de controle dessa mídia exige treinamento para gerenciamento de crises, sendo o relações públicas capacitado para tal posicionamento estratégico, extraindo o melhor dessa conexão.

As empresas já compreendem que o verdadeiro caráter das Relações Públicas e das organizações bem sucedidas são expressas nas pessoas que fazem parte das suas engrenagens, exige-se que se faça uma comunicação integrada baseada nas crenças e atitudes distribuídas em todos os níveis organizacionais, internos e externos. Kelleher intensifica em todas as matérias de debate um ponto chave e mais do que essencial na profissão de Relações Públicas: a ética, que demonstra a moral, empatia, verdade, responsabilidade

⁷ Rosanna M. Fiske tem um currículo de peso em *Cross-cultural expertise*, entre os destaques foi primeira Latina CEO na bancada da PRSA, recebeu quatro premiações Silver Anvils, nomeada a PRWeek Diversity Champion, e honrada no Top 100 Hispânicos na revista *Hispanic Business*.

social, honestidade, lealdade e atitude corporativa. Ética, segundo o autor, é a regra de ouro posta à frente de todas as decisões do profissional. Mesmo porque pessoas boas estão sujeitas a fazer decisões ruins, e resolver problemas éticos não se trata de testemunho e emoção, se trata de uma atividade extremamente intelectual e estratégica (KELLEHER, 2018).

Levando todos esses fatores em consideração, a pesquisa é objeto de trabalho para o Relações Públicas, sendo que pesquisa é informação e é comunicação. Não vamos discutir suas inúmeras metodologias e formas, mas sim examinar o que é relevante para um objetivo desejado. Um recente estudo publicado pela Harvard Business Review analisa a autenticidade e o simbolismo percebido pela opinião pública por trás do envolvimento das marcas em solidariedade com questões comunitárias, e em especial com questões raciais, através de dados sobre os recentes protestos deste ano de 2020, organizados pelo movimento *Black Lives Matter*, um dos protagonistas deste estudo que será detalhado mais adiante.

É importante discutir que, segundo a matéria publicada sob o título de “*When a Brand stand up for racial justice, do people buy it?*”, questionando se as pessoas realmente compram a ideia quando marcas levantam a bandeira em defesa à justiça racial. Baseado em quatro principais elementos que norteiam a concepção de marca, que são (1) continuidade; (2) credibilidade; (3) integridade; e (4) simbolismo.

A literatura define a autenticidade da marca como a medida em que os consumidores percebem uma marca como sendo fiel a si mesma (continuidade), fiel às expectativas de seus clientes de que a marca cumpra suas promessas (credibilidade), motivados pelo cuidado e responsabilidade para com a comunidade (integridade), e refletindo valores que os consumidores consideram importantes (simbolismo). (MENON, Geeta & KIESLER, Tina, 2020, p. n.p.)

De acordo com Menon e Kiesler (2020), enquanto continuidade e credibilidade estão voltadas apenas para a empresa e seus públicos, e direcionam a orientação corporativa, integridade e simbolismo estão mais focados em problemas sociais fora do escopo da empresa, ações de ordem e orientação social. As autoras apresentam o modelo a ser utilizado na análise de percepção dos públicos de acordo com a decisão estratégica de envolvimento

da marca perante as causas sociais, ou seja, quais os impactos que as decisões de envolvimento da empresa têm na percepção dos clientes, de acordo com a autenticidade da ação, quando a orientação parte de uma visão corporativa para se posicionar diante de mudanças sociais. Veja exemplo na tabela 2, traduzida a seguir:

Tabela 1 – Quadro de análise de percepção de autenticidade do consumidor em relação às ações de marca em prol da justiça racial

	Nível de participação	
	Aliado	Ativista
Orientação da ação	Incentivador não-racista	Ativamente antirracista
Orientados pelas corporações Ações voltadas para a fidelidade à corporação (continuidade) e às expectativas de seus consumidores (credibilidade).	Indenizar Reparação de irregularidades anteriores, como retirada do produto (Tia Jemima), mudança de nome (Unilever's Fair & Lovely) e ofertas de produtos mais inclusivas (Band Aid).	Atrair Apoia proativamente a justiça racial enquanto atrai mais clientes (Aerossols doando 10% das receitas de vendas para a NAACP).
	Autenticidade percebida: baixa	Autenticidade percebida: média baixa

Orientados pela sociedade	Reconhecer	Advogar
Ações com foco no cuidado com a comunidade (integridade) e na reflexão dos valores dos consumidores (simbolismo).	Reconhece uma ampla questão social sem prejudicar nem beneficiar financeiramente a empresa (Netflix faz curadoria de conteúdo baseado no Black Lives Matter).	Apoia proativamente a justiça racial, mesmo em risco para a corporação (Nike usando Kaepernick como o rosto da campanha).
	Autenticidade percebida: média alta	Autenticidade percebida: alta

Fonte: Harvard Business Review (MENON, Geeta & KIESLER, Tina, 2020). Acesso em 20 de nov. 2020

Para que essa rede interativa de comunicação seja efetiva, é necessário levar em consideração também que atualmente três em cada quatro brasileiros acessam a internet, segundo pesquisa TIC Domicílios 2019, realizada pelo Centro Regional para o Desenvolvimento de Estudos sobre a Sociedade da Informação. (CETIC.BR, 2019) A pesquisa mostra também que 99% dos 134 milhões de usuários ativos na internet acessam através de aparelhos móveis.

a rede mundial de internet passa a possibilitar a circulação instantânea de informações mediante formas de comunicação que, pela primeira vez na história, eliminam a separação entre emissor e receptor, pressuposto fundador de todas as principais práticas comunicativas. (LÉVY, 1993, p. 127)

A portabilidade proporcionada pelos aparelhos móveis se faz relevante ao permitir que ações foquem em pessoas, e não no local físico, para alcançar seus objetivos comunitários e terem êxito, conforme o estudo publicado por Menon e Kiesler (2020). As ações que projetam os interesses de públicos, por partir de interesses da sociedade, tem maior impacto na percepção e receptividade, sendo as mídias sociais um espaço virtual público que abre portas para vida real

onde se perduram as causas sociais. Racionando que o exercício da profissão tenciona a ligação desses meios numa ideação de valores mútuos e sustentáveis que devem ser nutridos por ambos lados, uma vez que estão inseridos em um mesmo cenário e tem amplo acesso à exploração de ferramentas, cabendo às empresas trabalharem as Relações Públicas como se deve, uma cobrança latente nas questões da atualidade.

4 O MOVIMENTO SOCIAL BLACK LIVES MATTER

A população negra foi escravizada por colonizadores europeus no mundo todo, criando um abismo econômico e social, que mina suas oportunidades. Entretanto, como temos comportamentos enraizados que se mantiveram na nossa cultura desde a escravidão, essa percepção pode não ser tão clara, gerando espaço para que a sociedade não questione ações racistas e as perpetue.

Nos Estados Unidos e no Brasil os desdobramentos da escravidão percorreram diferentes caminhos e sofreram diferentes influências. Enquanto os EUA foram marcados por forte segregação racial, no Brasil vivenciamos um processo de transposição cultural, numa miscigenação histórica e aclareamento da população negra. No entanto o que importa agora, é o fato de que ambos nos deixam como consequência o racismo estrutural, que oculta as barreiras raciais impostas para as vidas pretas na sociedade contemporânea.

O movimento *Black Lives Matter*, também reconhecido na *hashtag* #BLM, defende a liberdade, liberação e justiça. Numa luta que estende por séculos e gerações em palavras de amor e clamando justiça. “Essas três palavras foram ditas varias vezes, em varias formas diferentes (...) e precisam continuar sendo repetidas nos dias de hoje” o video de campanha no site <https://blacklivesmatter.com/these-three-words/> inspira e renova motivos para edificar a causa.

Segundo Djamila Ribeiro (2019), em sua obra *Pequeno Manual Antirracista*, é necessário rever nossa forma de lidar com estas questões.

O processo envolve uma revisão crítica profunda de nossa percepção de si e do mundo. Implica perceber que mesmo quem busca ativamente a consciência racial já compactuou com violência contra grupos oprimidos”. (RIBEIRO, 2019, p. 6)

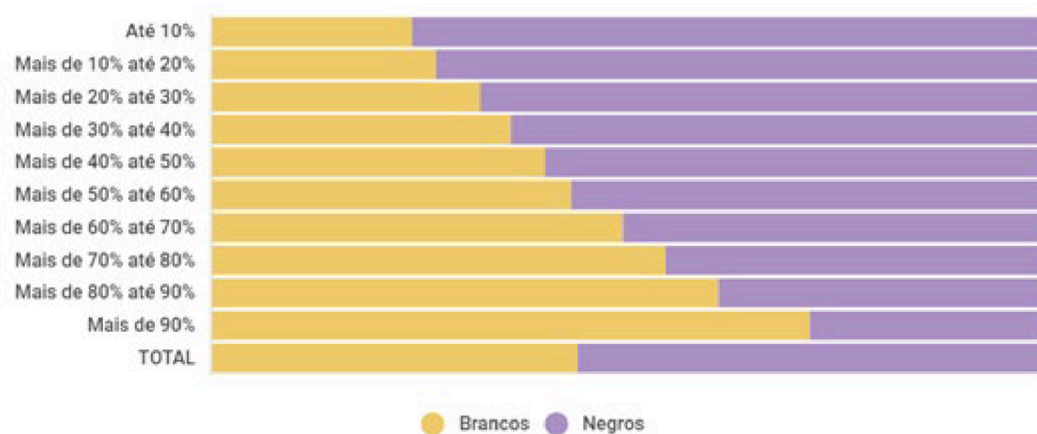
De acordo com o dicionário Michelis (2020), em versão atualizada on-line, a palavra racismo significa:

“(1) Teoria ou crença que estabelece uma hierarquia entre as raças (etnias); (2) Doutrina que fundamenta o direito de uma raça, vista como pura ou superior, de dominar outras; (3) Preconceito exagerado contra pessoas pertencentes a uma raça (etnia) diferente, geralmente considerada inferior; (4) Atitude hostil em relação a certas categorias de indivíduos”. (MICHAELIS, 2020)

Como consequência, convivemos diariamente com uma disparidade entre oportunidades. E mesmo com o fim da escravidão brasileira entendida como tardia em 1888, há 132 anos, e nos Estados Unidos em 1860, o sistema escravocrata continua impactando a forma como a população negra é enxergada. Como exemplo, no ano em que foi extinta a lei escravocrata, também entrou em vigor a Lei de Terras (1850), que dizia que as propriedades que estavam ocupadas não poderiam mais ser de posse de quem a usufruía, apenas se o mesmo comprasse o terreno. Entretanto, muitos libertos não recebiam dinheiro pelos serviços prestados, excluindo o seu direito a ser proprietário do espaço que vivia há anos e criando o primeiro grande problema que os negros viriam a enfrentar: a falta de moradia acessível e a aglomeração nas encostas da cidade, em lugares inóspitos. (RIBEIRO, 2019)

Com o desenvolvimento da democracia consolidada na maioria dos países do mundo, questões relacionadas à direitos humanos e uma universalização de leis gerais para os cidadãos institucionalizou garantias e deveres sem fazer distinção de raça através de Constituições Federais. A brasileira, por exemplo, dita que todos os seres humanos têm direito à educação, segurança, saúde e lazer, mas para que essas atribuições sejam cumpridas, é necessário a implementação de políticas públicas que efetivem o acesso dos mais pobres. Pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) constatou em 2019 que 70% da população mais humilde do país é negra.

Tabela 2 – Mais negros entre os mais pobres



Fonte: UOL apud IBGE. Acesso em 18 de nov. 2020

Muitos anos se passaram e não houve nenhuma ou pouca mudança estrutural que possibilitaria uma ascensão em massa de pessoas negras, muito pelo contrário. Outros fatores determinantes para o afastamento desta parcela da população de seus direitos continuam acontecendo, como é o caso da maior crise econômica da era moderna, em 2008, que:

fez crescer em todas as partes do mundo movimentos conservadores baseados na supremacia branca contra os direitos humanos e contra a interferência dos Estados como regulador das relações sociais. Esses movimentos, atrelados a uma perspectiva ultraliberal, promoveram mudanças globais igualmente conservadoras. (XAVIER, 2020, p. 19)

Nesse sentido, movimentos cresceram no Brasil em um momento em que o país elegeu pela segunda vez o presidente de esquerda Luiz Inácio Lula da Silva, homem de origem humilde, com experiência em metalúrgica, que ascendeu ao poder com propostas inclusivas e de diminuição da disparidade econômica. Entretanto, sua gestão sofreu com várias denúncias de corrupção que o levaram a ser o primeiro presidente brasileiro eleito a ser preso. Durante o processo, governava sua descendência política, Dilma Roussef, que sofreu um processo de *impeachment*, levando ao poder o presidente Michel Temer.

O governo Temer reduziu e congelou os gastos nas áreas sociais (Emenda Constitucional nº 95 – chamada pelos opositores de PEC da morte) e empreendeu reformas trabalhistas (Lei 13.467/2017) alterando e flexibilizando os dispositivos da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). (XAVIER, 2020, p. 19)

A instabilidade política causada pelos esquemas de corrupção durante os governos esquerdistas que eclodiram em todo o país, alinhada a um movimento de conservadorismo que ganhou força no mundo inteiro, cria no Brasil uma insatisfação com políticas de direitos humanos, criando um cenário perfeito para a candidatura do presidente atual do país, Jair Bolsonaro, que se elegeu através de discursos extremistas e agressivos acerca de temas sociais.

Faz parte desse projeto o ataque frontal aos grupos vulnerabilizados como a população negra, LGBTI, povos indígenas, mulheres. Os primeiros ataques desses setores dirigidos à população negra tiveram início ainda na campanha eleitoral e seguiram imediatamente a posse como presidente. O debate sobre a inexistência do racismo como causa estrutural das desigualdades raciais; as tentativas de desregulamentar direitos da população negra, como a política de cotas nas universidades; o não reconhecimento dos direitos trabalhistas das trabalhadoras domésticas; a criminalização dos negros, sobretudo dos jovens; o tratamento com inferioridade e a veiculação de imagens simbólicas de negros subordinados como a do deputado Hélio Fernando Barbosa Lopes (Hélio Bolsonaro), fazem parte do repertório perverso desses setores. Ainda no intuito de afirmar o desprezo pelo debate sobre a questão racial, o Presidente empossou, recentemente, Sérgio Camargo como presidente da Fundação Cultural Palmares. O órgão foi criado em 1988 e está voltado para estimular, integrar, preservar, proteger e disseminar as culturas negras; inclusive a de acompanhar o reconhecimento das comunidades quilombolas. Sérgio Camargo trata a questão racial como uma falsa questão, não acredita que existe racismo no país e chama o movimento negro de “escoria maldita”. (XAVIER, 2020, p. 20)

Seguindo a tendência mundial, os acontecimentos políticos norte-americanos não se diferenciaram muito dos ocorridos no Brasil. Em período equivalente, o primeiro presidente negro, Barack Obama, foi eleito em 2009 e concluiu seu segundo mandato em 2017. Seu opositor político, Donald Trump, assumiu uma bandeira de extremismos e baixa tolerância à movimentos sociais e ativismo ao ser eleito em 2016, dando aval para uma campanha equivalente de Jair Bolsonaro no Brasil. Esse cenário proporciona terreno fértil para que a população que está sendo oprimida busque mecanismos para se fazer ouvir.

Esses acontecimentos se relacionam de acordo com o que Joanildo Burity (2001), em seu artigo sobre globalização e identidade, caracteriza como o terceiro elemento na relação entre o que é regional e o que é nacional, permeando questões econômicas, políticas e culturais:

Este terceiro introduz uma lógica desterritorializante e desinstitucionalizante em relação ao contexto anterior, repleta de paradoxos e expressa em aspectos como: quebra da pretensão de universalidade dos discursos políticos e culturais; quebra da soberania do estado nacional em questões-chave de política doméstica; introdução de valores e parâmetros de gestão pública em voga no âmbito da “sociedade civil global” (gênero; meio ambiente; multiculturalismo; direitos humanos; a primazia da ação local, efetivada por uma pluralidade de atores em parceria; etc.); ruptura de modos de vida associados às raízes ou atributos essenciais de comunidades locais, categorias sociais ou identidades culturais. (BURITY, 2001)

A situação política e social, alinhada à um espaço democrático intensificado pelas novas tecnologias e com alta aceitação de temas relacionados à inclusão e diminuição da violência racial, abriu melhores oportunidades para que movimentos como o *Black Lives Matter* tivesse terreno fértil para se desenvolver e alcançar patamares globais. A organização surgiu em 2013 nos Estados Unidos, após a decisão judicial de absorver o vigia George Zimmermann, acusado de assassinar o jovem negro Trayvon Martin, quando este voltava para casa após comprar doces. O adolescente foi morto com um tiro no peito na cidade de Sanford, estado da Flórida. Criaram o movimento três ativistas: “Alicia Garza, da aliança nacional de trabalhadoras domésticas; Patrisse Cullors, da coalizão contra a violência policial em Los Angeles; e Opal Tometi, da aliança negra pela imigração justa”. (UNIVERSIA, 2020)

A missão do movimento é “erradicar a supremacia branca e construir poder local para intervir na violência infligida às comunidades negras” (BlackLivesMatters, 2020, p. n.p.) através do empoderamento de populações descentralizadas para que juntos possam conscientizar a comunidade.

“Black Lives Matter é uma intervenção ideológica e política em um mundo onde as vidas dos negros são sistematicamente e intencionalmente alvos de morte. É uma afirmação da humanidade do povo negro, nossas contribuições para esta sociedade e nossa resiliência diante da opressão mortal” (BlackLivesMatters, 2020, p. n.p.).

A existência do Black Lives Matter está intimamente relacionada à duas mortes por violência policial que aconteceram nos Estados Unidos. De Trayvon Martin, citado acima, e Mike Brown em 2014, assassinado pelo policial Darren Wilson em Ferguson, condado de St. Louis, Missouri. Na ocasião, foram organizadas manifestações na cidade em que aconteceu a fatalidade e em mais 18 cidades, por membros locais que se associaram aos ideais do grupo.

Ficou claro que precisávamos continuar organizando e construindo o poder negro em todo o país. As pessoas estavam ansiosas para galvanizar suas comunidades para acabar com a violência sancionada pelo Estado contra os negros, como os organizadores e aliados de Ferguson estavam fazendo. Logo criamos a infraestrutura da Rede Global Black Lives Matter. É adaptativo e descentralizado, com um conjunto de princípios orientadores. Nosso objetivo é apoiar o desenvolvimento de novos líderes negros, bem como criar uma rede onde os negros se sintam capacitados para determinar nossos destinos em nossas comunidades. (BlackLivesMatters, 2020, p. n.p.)

No final de 2014, o movimento já se organizava de modo oficial. Em protesto ao assassinato de Michael Brown em Ferguson por um policial, eles organizaram uma marcha pela liberdade com 500 ativistas e partir daí decidiram expandir o movimento para algo nacional. Em 2015, na Universidade de Washigton, em Seattle, estudantes abandonaram suas aulas para apoiar o movimento e denunciar casos de racismo no campus. Assim, segue uma série de manifestações, apoios, exposições e crescem o número de apoios para a causa. Conforme o seu manifesto, a causa vai muito além de combater o racismo e injustiças raciais:

“[O BLM] vai para além do nacionalismo estreito que pode prevalecer no seio das comunidades negras, que se limita a apelar aos negros a amar os negros, viver como os negros e comprar produtos dos negros e mantém à frente do movimento homens negros heterossexuais, enquanto as nossas irmãs e as pessoas homossexuais, transexuais e incapacitadas se veem marginalizadas. Black Lives Matter estima as vidas dos negros e negras homossexuais e transexuais, pessoas incapacitadas, negros sem documentos ou com antecedentes criminais, das mulheres e as vidas de todos os negros de todo o espectro de géneros. Convoca a quem foi marginalizado nos movimentos de libertação negros. É uma iniciativa para (re)construir o movimento de libertação negro. (BlackLivesMatters, 2020, p. n.p.)

No site oficial do movimento <https://blacklivesmatter.com/> é possível acompanhar posicionamentos, registros e manifestos diversos, assim como fazer doação para a ação social, pois tem a possibilidade de contribuir financeiramente ou comprar na lojinha.

O movimento ganhou tamanha proporção que em novembro agora, Cori Bush, ativista do movimento, se elege para o Congresso dos EUA; em setembro deste ano a União Europeia faz seu primeiro projeto contra o racismo no continente; em Bristol, na Inglaterra, foi instalada uma estátua do artista britânico Marc Quinn que traz uma manifestante negra do movimento com seu punho erguido, substituindo o monumento do traficante de escravos Edward Colston (1636-1721); O movimento foi pintado em letras gigantes em frente à Trump Tower Nova York, a residência pessoal do atual presidente; a atual miss Universo Zozibini Tunzi, África do Sul, apoia o movimento; em 2020, a Av. Paulista, em São Paulo, também teve seu asfalto pintado com a frase “vidas negras importam”, entre outros.

Para apoiar ainda mais a causa, empresas se posicionaram a favor em suas redes sociais. Nike, Twitter, Netflix, Reebok, Warner e Citigroup, do setor privado americano, se alinharam as ideias e forças antirracistas. (E-INVESTIDOR, 2020) Conforme apresentado na tabela analisada por Greta Menon e Tina Kisley para a Harvard Business School (Tabela 2) e nos posts abaixo das empresas:

Figura 3 – Post no Twitter da Netflix relacionado ao movimento Black Lives Matter



netflixbrasil ✓
@NetflixBrasil



David, João Pedro, João Vitor, George Floyd e tantos mais.

Ficar em silêncio é ser cúmplice, e eu não vou mais me calar.

Eu tenho um compromisso e um dever com meus assinantes, funcionários, criadores de conteúdo e talentos negros.

[#vidasnegrasimportam](#) em qlqr lugar do mundo



Netflix ✓ @netflix

To be silent is to be complicit.
Black lives matter.

We have a platform, and we have a duty to our Black members, employees, creators and talent to speak up.

6:45 PM · 30 de mai de 2020



Fonte: Twitter da Netflix no portal de notícias E-Investidor. Acesso em 24 nov. 2020.

Figura 4 – Post no Twitter da Warner Bros falando sobre racismo



Fonte: Twitter da Netflix no portal de notícias E-Investidor. Acesso em 24 nov. 2020.

Figura 5 – Posicionamento do perfil oficial do Twitter em apoio aos movimentos antirracistas



Fonte: Times of India. Acesso em 24 nov. 2020.

É interessante também destacar o ocorrido no estabelecimento Shouk. Em uma das manifestações do Black Lives Matter, os protestantes destruíram a fachada do negócio de Ran Nussbacher, CEO da empresa. Entretanto, em entrevista concedida, ele afirmou:

“O que está acontecendo agora, eu penso, vem de longa data. Não reafirmamos a violência, mas apoiamos e defendemos integralmente a luta dos americanos afros ou qualquer um que lute contra injustiças. Claramente é algo que realmente está quebrado. (...) isso são somente coisas (referindo se à destruição do restaurante), sem comparação à pessoas morrendo. Nada justifica o que aconteceu para Mr. Floyd. Isso não faz as coisas melhores, mas eu também não sei o que faz.”

Figura 6 – Posicionamento do perfil oficial de estabelecimento Shouk em Washington DC atingido pela manifestação, mas que ainda sim, permanece apoiando os movimentos antirracistas.



Fonte: Próprio Instagram do estabelecimento

Figuras 7 e 8 – exemplos de mídias espontâneas que originaram a partir da postagem no Instagram do restaurante:

Washington Jewish Week

COVID-19 NEWS OPINION ARTS & CULTURE PEOPLE CELEBRATIONS OBITUARIES SPECIAL SECTIONS ABOUT US

TRADITIONAL JEWISH BURIAL IN MONTGOMERY COUNTY MD
Judean MEMORIAL GARDENS
301-384-1000 16225 BATCHELLORS FOREST ROAD, OLNEY MD

Shouk owner focuses on humanity after burning, looting

By Suzanne Pollak - June 2, 2020

Share

AFFORDABLE MODERN APTS FOR 62+ SENIORS.
555 E ST SW
LEARN MORE

Fonte: Washington Jewish Week. Acesso em 25 nov 2020

Events **Fast Forward: Quick reads through a Jewish lens**

NEWS >> NATIONAL NEWS

'Black lives matter': Damaged D.C. kosher restaurant 'stands in solidarity'

June 1, 2020 | By Aiden Pink

A Washington, D.C. kosher restaurant that was damaged in riots on Sunday night published a message of support for those protesting systemic racism.

Fonte: Foward. Acesso em 25 nov 2020

Figuras 9 – Restaurante abriu uma vaquinha pública para consertar os danos causados pela manifestação



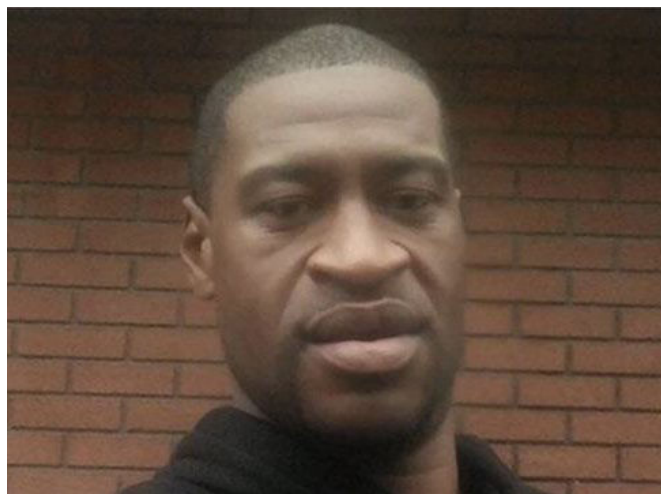
Fonte: Go Found.me. Acesso em 25 nov 2020

Dessa forma, mostra-se que o "ativismo de marca" é essa demonstração pública e ativa que a empresa está ligada a questões sociais, ambientais e políticas. Conforme site da BBC, uma pesquisa realizada em 2019 em 35 países demonstrou que 64% dos consumidores recompensariam empresas que estivessem engajadas em algum tipo de ativismo. Por isso, muitas empresas, antes com medo de cancelamentos, cada vez mais estão se posicionando e deixando claro que não estão do lado de violência de qualquer tipo, racismo e injustiças sociais.

Os acontecimentos que realmente abriam espaço para que as manifestações do *Black Lives Matter* ganhassem manchetes no mundo todo foi em 2020, quando em 25 de maio, no estado de Minneapolis, Estados Unidos, um homem negro é gravado sendo humilhado por policiais brancos, que ajoelhavam sobre o seu pescoço no meio da rua. A ação foi registrada e publicada na internet, onde se pôde ouvir o homem, chamado George Floyd, dizer "I can't breath", traduzido em português para "não consigo respirar". O vídeo tem duração de 10 minutos, e no final se ouve Floyd implorar para que não seja morto, entretanto, ele não sobreviveu. (BBC, G1, 2020) A frase "Não consigo

respirar” se transformou em um grito de guerra para os protestos contra a brutalidade policial que se seguiram ao assassinato de Floyd.

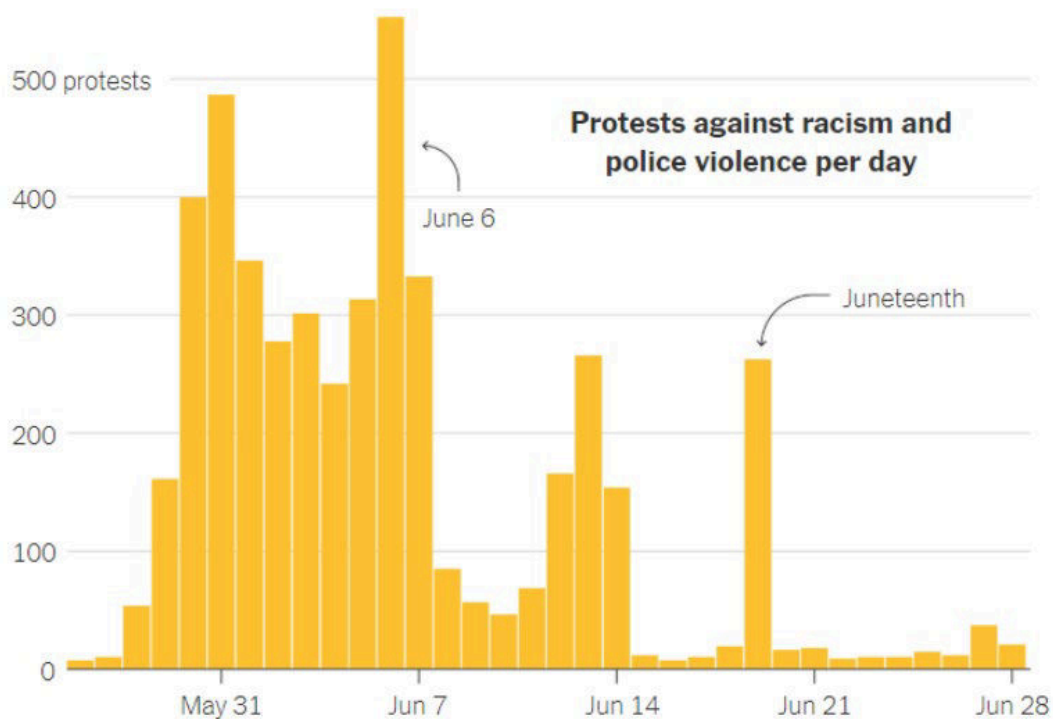
Figura 10 – George Floyd: homem foi assassinado brutalmente por policiais brancos.



Fonte: BBC News (2020). Acesso em 18 nov. 2020

A brutalidade inflamou o movimento ativista, chamando às ruas toda a população para que lutasse contra a violência policial exercida sobre a comunidade negra. Esses encontros dos manifestantes aconteciam principalmente há duas quadras da Casa Branca, na *16th Street*. Protestos contra a brutalidade policial também ocorreram na *Lafayette Square* e nas ruas circundantes após a morte de George Floyd. Segundo a pesquisa Civis Analytics, companhia de ciência de dados que trabalha com empresas e campanhas democratas, “cerca de 15 a 26 milhões de pessoas só nos Estados Unidos participaram de manifestações pela morte de George Floyd” (PEREIRA, 2020, p. n.p.), em mais 550 lugares diferentes só naquele país, ao longo de um mês.

Tabela 3 – Protestos contra o racismo e violência policial por dia nos Estados Unidos



Fonte: Crowd Counting Consortium (apud PEREIRA 2020, n.p.)

Policiais federais e militares de pelo menos 15 agências foram alocados para conter os protestos, inflamando as tensões entre a administração presidencial e o Distrito. Em dos dias de manifestação, a polícia lançou gás lacrimogêneo em militantes pacíficos do lado de fora da Igreja de St. John para que o presidente pudesse tirar uma foto lá. Dias depois, a cidade de Washington viu seu maior dia de protestos em 6 de junho. (GRANNAN, 2020)

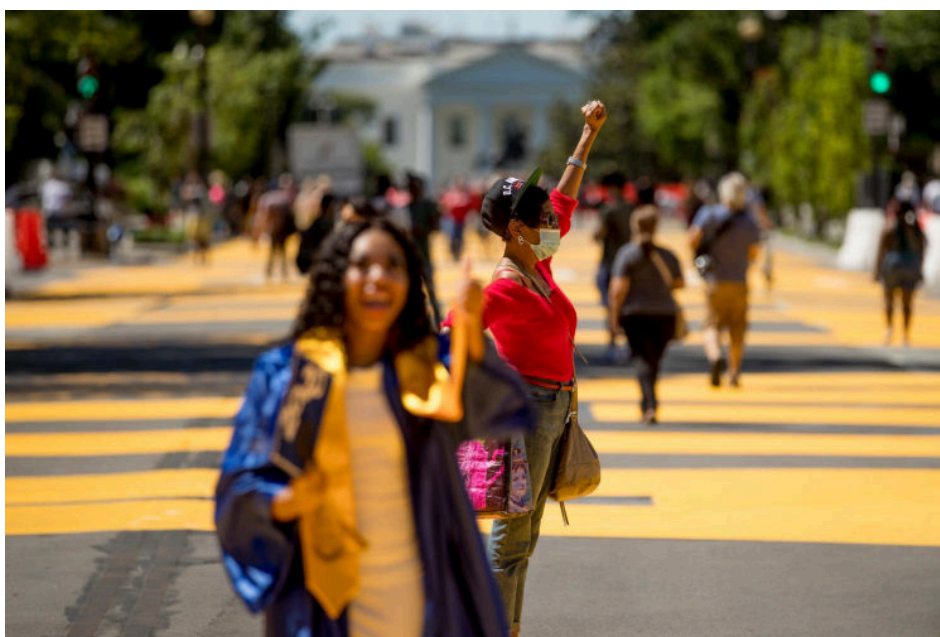
5 O ESTUDO DE CASO

5.1 BLACK LIVES MATTER PLAZA

Quatro dias após manifestantes pacíficos terem sido reprimidos com gás lacrimogêneo do lado da fora da igreja de St. John, a fundadora do Centro de Artes e Cultura *Congress Heights*, Keyonna Jones, se juntou a outros seis artistas para pintar as palavras Black Lives Matter em um trecho da 16th Street, há dois quarteirões da Casa Branca, em Washington, DC. Sem autorização da prefeitura para realizar tal intervenção artística, os idealizadores não imaginavam que o mural faria com que a rua fosse fechada e se transformasse em uma praça pública, nomeada *Black Lives Matter Plaza*. (GRANNAN, 2020)

Antes de ser renomeada como *Black Lives Matter Plaza*, o local já era um ponto de encontro de ativistas, em grande parte por causa de sua proximidade com a Casa Branca.

Figura 11 – Manifestantes na recém batizada Black Lives Matter Plaza



Fonte: Andrew Harnik / AP Photo apud WAMU. Acesso em 21 nov. 2020

O local se tornou um ponto turístico no centro da cidade, tornando-se destino de viajantes e moradores locais, que se juntam para participar de atividades não só relacionadas às manifestações políticas, mas que não deixam de se desassociar com o objetivo principal do movimento.

Para muitos ativistas, a Black Lives Matter Plaza obtém seu significado não de seu mural ou seu nome, mas de como as pessoas usam o espaço. Bethlehem Yirga, uma das co-fundadoras do The Palm Collective, uma organização que trabalha para construir uma coalizão entre dezenas de organizações de base em DC, diz que ela e outros grupos estão organizando eventos de "reclamação" na praça e perto dela, como a transmissão de filmes à noite, aulas de dança, ioga à meia-noite e protestos de pintura. (GRANNAN, 2020, p. n.p.)

Figura 12 – Cidadãos fazem ioga na Black Lives Matter Plaza



Fonte: Daniel Slim para a AFP apud El País. Acesso em 21 nov 2020

Figura 13 – John Lewis, deputado ativista dos direitos civis em sua última aparição pública na *Black Lives Matter Plaza*



Fonte: Gary William Jr. para o The Washington Post. Acesso em 21 nov 2020

A intervenção por meio das manifestações ganhou um espaço público e uma *hashtag* própria, catalogando milhares de fotos de visitantes com o braço de punho fechado para cima, ou ajoelhados, no #BlackLivesMatterPlaza. O espaço torna-se também ambiente perfeito para realização da intervenção afrofuturista de realidade aumentada de Vince Fraser, “We Rise Above”, objeto de estudo deste artigo. “Na praça do Black Lives Matter ninguém permanece para dormir, mas seus habitantes a transformaram num corredor de cultura como forma de resistência”. (CORONA, 2020)

5.2 WE RISE ABOVE, ARTECHOUSE

Diante destes acontecimentos, o espaço de arte digital dedicado a artistas e público do século XXI, ARTECHOUSE, convidou o afrofuturista Vince Fraser para instalar e desenvolver uma intervenção artística em realidade aumentada na *Black Lives Matter Plaza*, projeto que recebeu o nome de “*We Rise Above*”. Para acessar a obra, os transeuntes do espaço recém-inaugurado precisam fazer download do aplicativo da ARTECHOUSE. Para ampliar a experiência de quem acessa a instalação, serviram como plano de fundo músicas dos artistas Lloyd James, com letra e voz do Reverendo Al Sharpton; Djembe Monks, Thando, DJ Vs Djembe Monks, Thando e DJ Vs; e NaNaBcool, escrito por Gabe Fox-Peck e Nana Boamah-Acheampong.

Sabemos que o surrealismo é a forma do artista distorcer deliberadamente a escala de padrões e proporções de objetos gráficos afim de criar efeitos sobrenaturais.

No século XX, artistas conhecidos como surrealistas criaram obras que usam imagens oníricas para subverter nossas experiências conscientes. A artista surrealista americana Dorothea Tanning (1910 - 2012), na obra *Eine Kleine Nachtmusik*, pinta um girassol em uma escala que contradiz seus arredores. A flor parece enorme em relação à arquitetura de interiores e as duas figuras femininas que se erguem à esquerda. (LARMANN, DEWITTE, & SHIELDS, 2018)

Já o futurismo tem forte influência do movimento cubista, criado no começo do século XX, mais especificamente entre 1909 e 1920, como uma

forma de responder aos estímulos fascistas que o mundo vivenciava naquele momento. As obras continham elementos progressistas, com traços ligados às tecnologias modernas – neste momento as ferrovias, máquinas de produção em escala e início da massificação da utilização de carros – e movimentos dinâmicos.

Neste momento da produção artística, são deixados de lado figuras monumentais e heroicas reproduzidas simetricamente, dando espaço para que os artistas pudessem traduzir em arte a evolução industrial, o interesse contemporâneo em máquinas e elementos que remetam ao stop-motion, formato novo proporcionado pelo invento da máquina fotográfica e a captura de imagens estáticas.

E como complemento ao futurismo, o afrofuturismo acrescenta a questão das lutas e temas raciais à expressão artística:

Afrofuturismo é um movimento estético que surge do encontro da tecnologia e da ficção científica com as questões da diáspora, da escravidão e dos determinismos raciais vividos pelo negro em meio à modernidade. (RANGEL, 2016, p. 56)

Esta está longe de ser a primeira vez que artistas negros se voltaram para o estranho e onírico para explicar e examinar suas circunstâncias. Imagens perturbadores, bizarras ou fora de sentido fazem parte da história da arte como forma de traduzir momentos em que a realidade não pôde evidenciar o pensamento crítico necessário para que seja feita uma reflexão profunda acerca dos desgastes sociais. “Tão sobrenatural quanto a sequência de sonhos projetada por Salvador Dalí em Spellbound de Alfred Hitchcock, foi a cena que plantou o afro-surrealismo firmemente no mainstream”. (BAKARE, 2018, p. n.p.)

Apresentado de forma detalhada neste artigo, as mídias sociais impactam amplamente na forma como as pessoas se relacionam entre si. Essa transformação da sociabilização é refletida diretamente nos produtos de entretenimento e arte veiculados nos mais diversos formatos que a tecnologia apresenta neste momento da atualidade, a exemplo do compilado feito pelo The Guardian para falar sobre os produtos afrossurrealistas produzidos por grandes

empresas como a Netflix (série Atlanta, primeiro corte da imagem na parte superior à esquerda).

Figura 14 – Montagem com diversos produtos artísticos lançados nos últimos anos com traços afrossurrealistas



Fonte: The Guardian. Acesso em 24 nov. 2020

A título de um segundo exemplo, ganhou bastante destaque o filme dirigido por Jordan Peele, “Get Out” (2017), em português, “Corra!”, que faz uma sátira bizarra sobre o racismo baseado na premissa de que uma família branca fazia lavagem cerebral em indivíduos negros para que estes pudessem ser adestrados aos seus interesses pessoais. Sendo o vídeo um dos principais meios de acesso dos internautas a informações, a aplicação de conceitos da arte abstrata no roteiro de cinema vai de acordo com a miscigenação debatida anteriormente neste artigo.

Influenciado por estes dois movimentos, o artista londrino Vince Fraser, ilustrador digital na indústria criativa há mais de vinte anos, utiliza de sua experiência migratória das artes visuais e se tornou artista plástico. Sua obra tem como característica uma mistura entre filme e movimento, no que está sendo

considerado como uma nova onda de artistas da era digital. Além disso, encontra-se entre os gêneros afrosurrealismo e afrofuturismo ao misturar a realidade e a fantasia, através de estética inspirada em robôs, inteligência artificial e elementos africanos, como máscaras, estampas e músicas que fazem a ambientação da experiência sensorial.

Seu principal meio de divulgação de suas obras é através do seu perfil do Instagram, <https://www.instagram.com/vincefraser/>, onde disponibiliza trechos das suas obras em preto e branco, sempre em vídeos curtos, formato mais palatável para a plataforma e de maior aceitação do público. Em seu currículo, já atendeu clientes como Nike, MTV e Adobe, imprimindo sua identidade visual para campanhas das marcas multinacionais. Também tem relevância entre artistas musicais, tendo trabalhado com Erykah Badu, Outkast e Usher.

Para a intervenção ARTECHOUSE, Fraser produziu a 3 obras para *We Rise Above*,

que se baseia nos esforços recentes de chamar atenção ao racismo sistêmico, por meio de murais em preto na *Praça Black Lives Matter* em todo o país, de Sacramento a Nova York - 34 espaços separados onde esta mensagem está agora impressa nas ruas da cidade. A experiência oferece às pessoas na América do Norte uma nova maneira de vivenciar esses espaços, e para criar experiências virtuais equivalente às manifestações do Black Lives Matter onde quer que estejam. O projeto visa elevar e educar, bem como capacitar e ampliar a presença de artistas negros trabalhando na interseção da arte e tecnologia. (ARTECHOUSE, 2020, n.p.)

A obra pode ser acessada através do download do aplicativo da ARTECHOUSE. Dentro do app, direciona-se a câmera do celular para um espaço qualquer e descobre-se uma sequência de elementos que estavam invisíveis à olho nu, utilizando da tecnologia de realidade aumentada, ou seja, quando elementos tecnológicos são inseridos no mundo físico, misturando os dois ambientes que a humanidade frequenta hoje, o virtual e o mundo real.

“Este projeto mescla os mundos real e virtual para encontrar novas maneiras de compartilhar as experiências que estão afetando universalmente o modo de vida dos negros. O fato de que qualquer pessoa, a qualquer hora, em qualquer lugar do país pode interagir com a arte me dá uma grande esperança neste momento.” (ARTECHOUSE, 2020, n.p.)

O objetivo da intervenção é tornar mais acessível ao público a experiência de estar na *Black Lives Matter Plaza*, através da tecnologia imersiva, adicionando também elementos afrofuturistas e afrossurrealistas que levam o transeunte a se questionar sobre as mudanças que o movimento busca para o futuro. Ainda, o projeto visa trazer uma reflexão sobre as estruturas sociais e políticas vivenciadas pela população negra, proporcionando o compartilhamento da experiência, em diversos locais, sobre como é a vida dos afrodescendentes e os abusos sofridos, sempre de maneira abstrata.

“A realidade aumentada ampliou o alcance da informação digital sobrepondo a tecnologia às imagens de vídeo na vida real. Realidade aumentada converge GPS com câmera e tecnologia de realidade virtual”. (KELLEHER, 2018, p.57)

O projeto consiste em três experiências de realidade aumentada que podem ser vivenciadas por meio do aplicativo móvel: (1) Reflect, que traz uma homenagem à George Floyd, mostrando respeito e admiração pelo homem ao reproduzir as manifestações feitas após sua morte. Segundo o artista, a criação pretende apresentar Floyd como uma figura positiva de um rei negro, buscando mudar a forma como os protestos americanos são vistos no presente para um futuro melhor, a obra inclui traços afrossurrealistas ao incluir elementos fantasiosos dentro da realidade ordinária. A experiência inclui música de King Jammy e letra e voz do Reverendo Al Sharpton.

Figura 15 – Reflect: entidades africanas se organizam para dar as boas-vindas ao rei negro nas vielas de Washington. Print do vídeo ilustrado.



Fonte: Instagram oficial de Vince Fraser. Acesso em 25 nov 2020

A segunda experiência é a “Inspire”, que utiliza de máscaras africanas ilustradas como elementos gráficos que remetem ao industrial e ao mundo tecnológico, miscigenando o que é tradicionalmente africano e o que se espera do futuro, elementos clássicos do afrofuturismo. Conta com músicas de NaNaBcool, escrito por Gabe Fox-Peck e Nana Boamah-Acheampong.

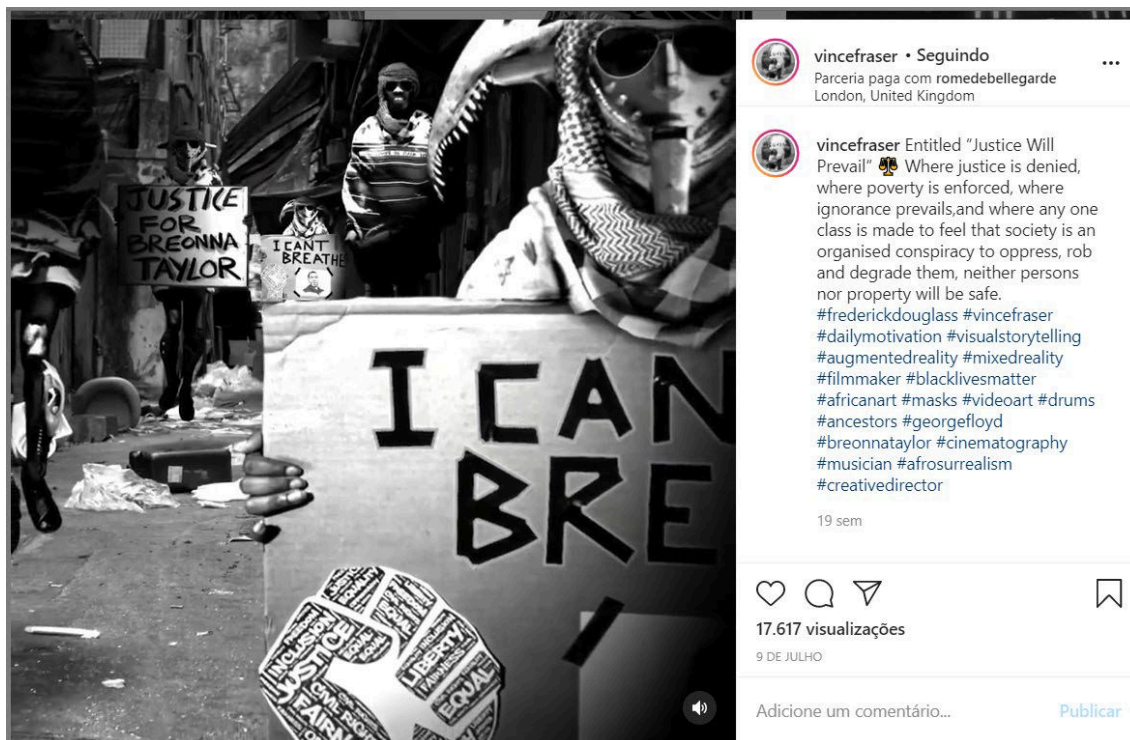
Figura 16 – Inspire: máscaras com elementos africanos são projetadas acima das ruas da cidade, com elementos visuais gráficos que remetem ao industrial e tecnológico. Print do vídeo ilustrado.



Fonte: Instagram oficial de Vince Fraser. Acesso em 25 nov 2020

Por último, *Empower* apresenta um símbolo de luta e chama atenção à importância de promover a diversidade e a inclusão para desencadear a mudança. Música é de Djembe Monks, Thando, DJ Vs Djembe Monks, Thando e DJ Vs.

Figura 17 – Empower: luta em busca de justiça pela repressão policial. Print do vídeo ilustrado.



Fonte: Instagram oficial de Vince Fraser. Acesso em 25 nov 2020

“Ser um artista me deu a plataforma para ser capaz de falar visualmente sobre tópicos importantes afetados pela comunidade negra. Estamos trabalhando por um mundo onde as vidas dos negros não são mais sistematicamente alvos de morte. Nossa mensagem é clara: aumentar a harmonia racial e deter a brutalidade policial e o racismo sistemático”. (FRASER apud ARTECHOUSE, 2020, n.p.)

We Rise Above pode ser experienciada por qualquer pessoa que tenha um celular com câmera e acesso às lojas de aplicativos da Apple ou iOS. Ao fazer o download do app, Vince Fraser oferece em qualquer lugar do mundo a experiência de estar acima do mural *Black Lives Matter*, na praça da *16th Street*, além de participar das manifestações com entidades africanas como na terceira intervenção “empower”.

A intervenção artística de Vince Fraser pode concentrar em suas três obras a mistura entre o que é real e o que é virtual, característica predominante da nossa convivência social neste momento, principalmente durante a pandemia de COVID-19 em 2020, em que o isolamento social forçou populações do mundo inteiro a se manter em casa para evitar a proliferação do vírus. Mas mais do que

isso, mostrou como empresas podem se posicionar para atender às demandas sociais que são colocadas em pauta pela sociedade através das redes sociais.

A ARTECHOUSE, empresa responsável pelo convite de Fraser para realizar a obra de realidade aumentada, do ponto de vista do relações públicas, assume um papel ativo de combate à luta por justiça racial ao abrir espaço para que estas questões sejam debatidas pela sociedade do mundo inteiro, visto sua amplitude internacional de possibilidade de download do aplicativo. Pensando de forma estratégica, a comunicação empresarial sempre buscou um posicionamento neutro frente a questões que são potencialmente geradoras de crise, se abstendo de fazer qualquer comentário político, religioso ou polêmico, como seria o caso do *Black Lives Matter*.

Entretanto, com a quebra na linha tradicional entre emissor, mensagem e receptor, para a troca horizontal entre mensagens de clientes, empresas e governos que as redes sociais proporcionam, há uma pressão para que as instituições se posicionem acerca dos temas que estão sendo colocados para discussão pela grande massa. Neste cenário, observa-se que organizações que assumem um papel de protagonismo diante de questões sociais são tidas como mais próximas de seus clientes, criando um vínculo essencial para seu desenvolvimento. As mídias sociais

estão transformando todas as dimensões da organização ao situá-la em uma teia de múltiplas redes, com fluxos multidirecionais e interativos, mudança que afeta não apenas seus negócios, mas também a própria natureza de seus processos e suas operações. Na "empresa em rede", a gestão da tecnologia, como a da comunicação, passa do nível operacional para o estratégico. (MELLO, 2010, p. 231)

Como já visto nesta pesquisa, assim como a comunicação, a arte acompanha as tendências e desenvolvimento da sociedade e se adapta às necessidades que a comunidade tem de se expressar. Diante do contexto atual, de intensificação na luta por direitos raciais mais igualitários, gêneros artísticos se mutam e apresentam novas formas de se fazer críticas relacionadas ao contexto político e social vivido pela humanidade.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Entende-se que é difícil delinear as diferentes frentes das intervenções tecnológicas e artísticas na sociedade contemporânea. Segundo estudos, a convergência vem de um processo de avanços tecnológico, mas também envolve processos sociais, culturais, artísticos, políticos, econômicos e profissionais. Ou seja, a convergência tecnológica reúne as capacidades técnicas que anteriormente eram separadas, configurando novas formas de misturar e combinar conteúdo no universo digital para o real e vice-versa. O que também é ainda mais potencializado pela arte visuais, isso se deve ao fator que novos aparelhos aglutinam palavras, som e imagens com acesso digital à todas mídias e tantos outros serviços de compartilhamento e aplicativos que transportam para a informação digital com infinitas e autênticas possibilidades, estas, que expandem o potencial de relacionamentos entre si e dos agentes sociais que navegam através de múltiplas plataformas as trocas de informação.

As necessidades e desejos dos humanos na mídia variam amplamente de pessoa para pessoa, não existe uma solução única para todos e não existe uma solução para qualquer pessoa em todas as situações. Por isso o Relações Públicas é imprescindível para desenvolvimento corporativo ante a sociedade. Porque é necessário uma análise crítica e pensamento estratégico, que vai além das dimensões de conversão tecnológica, objetivando saber como utilizar novas mídias não é o suficiente para sustentar adequadamente essas redes de relacionamento que é bastante complexa.

Compreendemos que o vínculo cultural transforma conhecimentos e comportamentos. Para tanto, o profissional de comunicação cultiva o desafio no trabalho de entendimento entre o encontro de empresas e sociedade. A participação ativa deve ter como base comunicar-se do ponto de vista dos valores culturais da sociedade para assim fundamentar as ações da organização, enquanto se questiona e também interpreta a leitura diversificada na população, construindo a verdadeira cultura participatória.

As Relações Públicas, sendo uma finalidade em si mesma, tem como principal foco criar e manter relacionamentos mutuamente benéficos. Atualmente, numa nova dimensão surge no campo de atuação com o paradoxo da crescente interação entre novos e antigos meios de comunicar que somente são eficientes quando alinhados. Essa integração é igualmente importante para compreender os elementos, componentes e misturas que irão mais longe, levando campanhas à um melhor resultado nessa manutenção de relacionamento.

Para obter êxito em uma colocação bem elaborada, não podemos esquecer de pontuar os mecanismos criativos para atrair pessoas para uma reflexão ativa, conectando públicos e empresas que atuam no mesmo cenário, que exila protagonistas que ignoram suas responsabilidades ou divergem entre discurso e prática.

Entre os elementos que podem nos ajudar em ações futuras de Relações Públicas empresariais, consideramos a partir desse estudo que através de arte e comunicação positiva, é possível trazer algo inédito e eficiente para despertar a curiosidade e reflexão.

Dadas as circunstâncias de eventos recentes locais, que repercutem em proporções globais, e a proximidade histórica que nos cerca com responsabilidades sociais, o Relações Públicas deve tratar com ética os conflitos que se apresentam e configuram os problemas ou diferenças sociais. Representando a perspectiva demandada para o fator de interesse humano com uma narrativa prospera de superação e inspiração, que se conecta com o sentimento da opinião pública e confia às empresas a oportunidade pertinente e aplicável de intervenção que fortalece lealdade e trocas.

Uma vez que a ação do *We Rise Above* promovida pela ARTECHOUSE em parceria com o artista Vince Fraser investe em defesa e apoio ao *Black Lives Matter*, cria-se uma ligação eficaz que se estende através da intervenção artística o interesse e luta de comunidades num espaço público e democrático físico e virtual, que ampliam seu alcance de forma democrática, já que a empresa teve a oportunidade de atuar de forma positiva, propagando, divulgando e difundindo vozes de seus variados públicos através da arte que potencializa o

poder de comunicação local e global, seja nas plataformas digitais de rede, sites de network etc. Porque as redes sociais tem ênfase nas afiliações comuns entre a organização e os públicos. Dessa forma, é possível gerar confiança em uma comunicação que enfatize a importância dos públicos no relacionamento.

A partir das novas mídias, é constatado que é cada vez mais comum canais se intercalarem, pois estão sujeitos à familiaridade entre as funções de comunicar que se unificam sempre no posicionamento estratégico do relações públicas, necessariamente promovendo a organização como um todo.

De acordo com estudos e referências bibliográficas, é mais provável que novos lançamentos cheguem diretamente aos públicos não midiáticos do que encontrar notícias diretamente na fonte, ou seja, nas organizações. A imprensa pode ou não estar envolvida como intermediária na distribuição de notícias. Portanto, no ambiente de mídia atual, os Relações Públicas devem ter em mente a informação de valor, pois o sucesso ou o fracasso depende de como se trabalha relações saudáveis com todos os tipos de pessoas.

Administrar esses relacionamentos e explicar como essas relações são benéficas é de suma importância para compreender, analisar, atualizar e responder uma cadeia participatória e sustentável que consiste o trabalho do Relações Públicas.

Na luta em defesa por justiça racial, o Relações Públicas tem o contínuo esforço de preencher de forma satisfatória as lacunas das causas sociais que se estendem ao longo dos anos, mas que cada vez mais cobram de organizações o cumprimento do seu dever como agentes da arquitetura social.

Implementando programas de relações públicas, é esperado fazer decisões rápidas e sábias, como no exemplo do estabelecimento local Shouk, que teve o dobro de likes em seu posicionamento solidário acima da média das demais postagens desde abertura de conta no instagram. Gerando comentários e mídia espontânea com retorno positivo de diversos públicos em agradecimento e com grande incentivo de retornar ao estabelecimento para contribuir com a reconstrução. Isso tudo, num cenário de pandemia global ao qual estabelecimentos tiveram perdas significativas, mas em resposta ao

posicionamento brilhante, o restaurante Shouk rapidamente se reestabeleceu em funcionamento e até mesmo recebendo doações da comunidade.

É latente a demanda para comunicadores em Relações Públicas entenderem que atualmente sobressai abruptamente aqueles que estão posicionados em prol de questões globais com estratégia. O *Mobile* é a porta de entrada para os relacionamentos coloquiais, com o indivíduo e para o indivíduo, é a possibilidade de ser parte do cotidiano de seus públicos. É a portabilidade social, pessoal e local que se espelha e articula muitas outras formas de expressão. Por isso é necessário um constante trabalho de análise de prós e contras das diversas mídias, analisando como será recebida a comunicação pelo público. Mas, de maneira inquestionável, a mídia social se estabeleceu como o veículo mais democrático que vai e volta com informações preciosas que nutrem o trabalho contínuo de empresas entre seus públicos, ajustando-se às demandas políticas, sociais e econômicas, se posicionando estrategicamente à frente sempre que possível, afim de se destacar nos diferentes públicos.

Muitas são as ferramentas possíveis para análise embutidas nas novas tecnologias, facilitando as campanhas de relações públicas a atingirem seu objetivo. É possível mensurar o fluxo entre downloads, registros, formulários eletrônicos, doações, likes, *hashtags* e salvamento, até mesmo rastrear plataformas que direcionaram a busca pelo conteúdo. Usar métricas qualitativas e quantitativas torna o trabalho de pesquisa cada vez mais rico, prático e fácil, dado que as mídias digitais oferecem números e informações sucintas.

Por fim, a pesquisa realizada para este trabalho identificou a importância da arte como forma de denunciar abusos sofridos pela população negra, usando como base as manifestações do movimento *Black Lives Matter* e sua repercussão. Através de elementos dos gêneros afrossurrealismo e afrofuturismo, o artista plástico Vince Fraser criou a intervenção em realidade aumentada para possibilitar que ativistas e simpatizantes do mundo todo pudessem vivenciar a experiência de estar presente na *Black Lives Matter Plaza*, em Washington, DC.

Através de análise referencial também foi possível identificar que a falta de uma linearidade entre mensagem, receptor e emissor proporcionada pela

sociedade em rede criou um ambiente que exige das empresas posicionamento diante de causas sociais para se conectar com seus clientes, que hoje estão majoritariamente ativos nas redes sociais. Esse posicionamento foi bem ilustrado através de exemplos em que mostram algumas das maiores empresas multinacionais da atualidade se posicionando a favor do movimento, sempre utilizando a *#BlackLivesMatter*, importante para catalogar informações e concentrar a audiência interessada em saber atualizações das manifestações.

Com isso, percebemos que as relações públicas atingiram um grau de maturidade global, digital e com foco no relacionamento orientado. As mídias sociais, com amplo alcance na população, forçaram empresas a se redescobrirem e entenderem o que fazer a respeito e de como demonstrar o valor da sua mensagem em uma nova era de incertezas. Como foi exemplificado, a arte e a comunicação caminham lado a lado na história da humanidade, passando por avanços similares na forma de identificar a realidade e traduzi-la cada uma em seus formatos próprios. Logo, o posicionamento da marca e o planejamento realizado pelo profissional Relações Públicas deve estar alinhado a interesses de diferentes setores.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

_____. BBC News Mundo. George Floyd: o que aconteceu antes da prisão e como foram seus últimos 30 minutos de vida. Acesso em 18 de nov. 2020. <Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-52868252> >

_____. Black Lives Matter. Hestory. Acesso em 17 de nov. 2020. < Disponível em: <https://blacklivesmatter.com/> >

_____. CETIC.BR. Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros. TIC Domicílios: 2019

_____. E-INVESTIDOR. As empresas que se posicionam e apoiam o 'Black Lives Matter'. Acesso em 14 de nov. 2020. < Disponível em: <https://einvestidor.estadao.com.br/comportamento/empresas-apoio-black-lives-matter> >

_____. Parque Ibirapuera Conservação. Figurinos e obras de Flavio de Carvalho na OCA. Acesso em 26 de nov. 2020 <Disponível em: <https://parqueibirapuera.org/figurinos-e-obras-de-flavio-de-carvalho-na-oca/>>

_____. Hypheness. Touro de Wall Street é encarado por 'menina destemida' em campanha pelo Dia Internacional da Mulher. Acesso em 26 de nov. 2020. Disponível em <<https://www.hypheness.com.br/2017/03/touro-de-wall-street-e-encarado-por-menina-destemida-em-campanha-pelo-dia-internacional-da-mulher/>>

_____. Times of India. Twitter changes display photo to support 'Black Lives Matter' campaign. Acesso em 24 de nov. 2020. < Disponível em: <https://timesofindia.indiatimes.com/gadgets-news/twitter-changes-display-photo-to-support-black-lives-matter-campaign/articleshow/76175840.cms>>

_____. UNIVERSIA. UOL. Black Lives Matter: conheça o movimento fundado por três mulheres. Acesso em 23 de nov. 2020. < Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2020/06/03/black-lives-matter-conheca-o-movimento-fundado-por-tres-mulheres.htm> >

BAKARE, Lanre. The Guardian. From Beyoncé to Sorry to Bother You: the new age of Afro-surrealism. Acesso em 24 de nov. 2020. <Disponível em: <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2018/dec/06/afro-surrealism-black-artists-racist-society> >

BARTKOWIAK, Jaqueline Zandona; FONSECA, Almeida Thatiane; MATTOS, Gabriel Motta; SOUZA, Vitor Henrique. A primavera árabe e as redes sociais: o uso das redes sociais as manifestações da Primavera Árabe nos países da Tunísia, Egito e Líbia. Belo Horizonte: PUC Minas, 2017.

BBC NEWS. G1. Caso George Floyd: morte de homem negro filmado com policial branco com joelhos em seu pescoço causa indignação nos EUA. Acesso em 18 de nov. 2020. < Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2020/05/27/caso-george-floyd-morte-de->

[homem-negro-filmado-com-policial-branco-com-joelhos-em-seu-pescoco-causa-indignacao-nos-eua.ghtml](#) >

BORGES, Thassio. Opera Mundi, UOL. Redes sociais foram o combustível para as revoluções no mundo árabe. Acesso em 16 de nov. 2020. < Disponível em: <https://operamundi.uol.com.br/politica-e-economia/18943/redes-sociais-foram-o-combustivel-para-as-revolucoes-no-mundo-arabe> >

CHIARI, Breno da Silva; LOPES, Guilherme Araujo; SANTOS, Hiram Godoy; BRAZ, João Pedro Gindro. A cultura do cancelamento, seus efeitos sociais negativos e injustiças. Presidente Prudente: Toledo Prudente, 2020.

BURITY, Joanildo A. Globalização e identidade: desafios do multiculturalismo. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, 2001.

CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede. São Paulo, Paz e Terra: 1999.

CORONA, Sonia. El País. A resistência da praça do Black Lives Matter. Acesso em 21 de nov. 2020. < Disponível em: <https://brasil.elpais.com/internacional/2020-08-02/a-resistencia-da-praca-do-black-lives-matter.html> >

DEFLEUR, Melvin L.; BALL-ROCKEACH, Sandra. Teorias da Comunicação de Massa. Rio de Janeiro: Zahar, 1993.

FELICE, Massimo Di. As formas digitais do social e os novos dinamismos da sociabilidade contemporânea. Relações Públicas Comunitárias: A comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora. Kindle: 6% - 11%. São Paulo: Summus Editorial, 2014.

FERRARI, Pollyana. A força da mídia social: Interface e linguagem jornalística no ambiente digital. São Paulo, Estação das Letras e Cores: 2014.

GRANNAN, Cydney. Wamu. What Does D.C.'s Black Lives Matter Plaza Mean To Locals? Acesso em 21 de nov. 2020. < Disponível em: <https://wamu.org/story/20/08/27/what-does-d-c-s-black-lives-matter-plaza-mean-to-locals/> >

HARARI, Yuval. Homo Deus: Uma Breve História do Amanhã. São Paulo, Editora Schwartz S.A.: 2015.

KELLEHER, Tom. Public Relations. Nova York: Oxford University Press, 2018.

KUNSCH, Waldemar Luiz. As relações públicas em uma perspectiva dialógica e transformadora. Relações Públicas Comunitárias: A comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora. Kindle: 3% - 6%. São Paulo, Summus Editorial: 2014.

LARMANN, Ralph M.; DEWITTE, Debra J.; SHIELDS, M. Kathryn. Gateways to Art. Nova York, Thames & Hudson: 2018.

LÉVY, Pierre. As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática. São Paulo: 1993.

MADEIRO, Carlos. UOL. Negros são 75% entre os mais pobres; brancos, 70% entre os mais ricos. Acesso em 18 de nov. 2020. < Disponível em:

<https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2019/11/13/percentual-de-negros-entre-10-mais-pobre-e-triplo-do-que-entre-mais-ricos.htm>>

MANDELLI, Mariana. Palavra Aberta: Folha de S. Paulo. Black Lives Matter e a força das hashtags. Acesso em 15 de nov. 2020. < Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2020/06/blacklivesmatter-e-a-forca-das-hashtags.shtml> >

MELLO, Selma F. M. Comunicação e organizações na sociedade em rede: novas tensões, mediações e paradigmas. São Paulo, ECA USP: 2010.

MENON, Geeta; KIESLER, Tina. Harvard Business Review. When a Brand Stands up for Racial Justice, Do People Buy It? Acesso em 20 de nov. 2020. < Disponível em: <https://hbr.org/2020/07/when-a-brand-stands-up-for-racial-justice-do-people-buy-it> >

MICHAELIS. Dicionário Michaelis. Significado da palavra Racismo. Acesso em 15 de nov. 2020. < Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/racismo/> >

PEREIRA, Allan Kardec. Black Lives Matter pode ser o maior movimento da história dos EUA. Acesso em 15 de nov. 2020. < Disponível em: <https://medium.com/@allankardecpereira/black-lives-matter-pode-ser-o-maior-movimento-da-hist%C3%B3ria-dos-eua-fc200ea8a95c> >

RANGEL, Edson. Afrofuturismo e questões políticas do negro na ficção científica. Vitória, Revista do Audiovisual Sala 206: 2016.

RIBEIRO, Djamila. Pequeno manual antirracista. São Paulo, Companhia das Letras: 2019.

SEIB, Philip M.; FITZPATRICK, Kathy. Public Relations Ethics. San Diego, Harcourt Brace College Publishers: 1995.

SILVA, Marihá Golçalves da. Negras! Somos todas Maju: um estudo sobre representação e racismo no Jornal Nacional. Porto Alegre, Universidade Federal do Rio Grande do Sul: 2017.

VALENTE, Jonas. Agência Brasil. Brasil tem 134 milhões de usuário de internet, aponta pesquisa. Acesso em 25 de nov. 2020. < Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-05/brasil-tem-134-milhoes-de-usuarios-de-internet-aponta-pesquisa> >

XAVIER, Lúcia. Racismo: criminalização e genocídio da população negra. Quando vamos começar a respirar? Rio de Janeiro, Revista em Pauta: 2020.

YUAN, Jada. The Postguam Daily. Documentando a última aparição pública de John Lewis. Acesso em 24 de nov. 2020. < Disponível em: https://www.postguam.com/the_globe/nation/documenting-john-lewiss-last-public-appearance/article_ecad8210-d2fa-11ea-bfd0-87d8ca1660e6.html >