# CASOS e PRÁTICAS de COMUNICAÇÃO

## Estratégias Competitivas de Negócios: Comunicação, Inovação e Liderança

coneg
unesp é + negócio

**Casos e Práticas de comunicação - Estratégias Competitivas de Negócios: Comunicação, Inovação e Liderança** é uma publicação do Curso de Pós-graduação/Especialização da Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" – Unesp, no qual docentes e discentes do Curso foram os atores e "protagonistas" dos artigos e da redação dos diferentes conteúdos abordados.

**Apoio: FUNDEB**
**Organização:** Celia Maria Retz Godoy dos Santos.
**Projeto Gráfico e identidade visual**: Carlos William Ribeiro de Oliveira

DIVISÃO TÉCNICA DE BIBLIOTECA E DOCUMENTAÇÃO
UNESP – Campus de Bauru

300
O69

Casos e Práticas de Comunicação - Estratégias Competitivas Negócios: Comunicação, Inovação e Liderança / Celia Maria Retz Godoy dos Santos (org.). - Bauru : Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2018.
347 p. : il.

ISBN 978-85-99679-81-4

Relações Públicas. 2. Públicos. 3. Comunicação. I. Santos, Celia Maria Retz Godoy dos . II. Título. III. Série.

Índice para catálogo sistemático
1. Ciências sociais 300
2. Comunicação 302.2

Bauru, SP Julho de 2018

04

# PRECONCEITO RACIAL NO BRASIL: ANÁLISE DOS CASOS BMW E STARBUCKS

SUMARIO

PRÓXIMO CAPÍTULO

*Renata Mariotto*[1]
*Dra. Maria Aparecida Ferrari*[2]

---

1 Aluna do programa de Especialização Estratégias Competitivas de Negócios: comunicação inovação e liderança, Unesp – Bauru.

2 Docente dos Programas de Pós-Graduação e Graduação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, doutora em Comunicação e Relações Públicas. E-mail: maferrari@usp.com

## RESUMO

O Brasil é um país de grande diversidade, no entanto desde o seu descobrimento sofre com as questões raciais. A comunidade negra luta por dignidade e igualdade há anos, entretanto ainda hoje sente os reflexos do período da escravidão. A exemplo disso temos as situações de racismo que acontecem frequentemente dentro de empresas e estabelecimentos comerciais. Este artigo faz uma reflexão de dois casos de grande repercussão na mídia impressa e digital, envolvendo clientes e funcionários em uma concessionária da BMW, em 2013 e uma cafeteria da rede Starbucks, em 2017. Se analisaram questões raciais, preconceito, estereótipos e como o viés inconsciente está presente no subconsciente da sociedade e das empresas e como estas ainda estão despreparadas para lidar com a diversidade racial.



**Palavras Chave:** Preconceito – Racismo – Brasil – Viés Inconsciente – Estereótipos


## 1. INTRODUÇÃO

Muito embora o Brasil seja considerado um país multicultural e multirracial (GOMES 2011), tal consideração não significa que a sociedade brasileira viva de fato a democracia racial. Mesmo após 130 anos de aprovada a Lei Áurea que libertou os escravos, o racismo permanece enraizado nos valores e comportamentos do povo brasileiro.

Aprendemos, desde crianças que os portugueses chegaram ao Brasil e usaram os índios para trabalhar como escravos. Como os povos indígenas resistiram ao processo de escravidão, os portugueses foram buscar na África mão de obra escrava, iniciando o tráfico negreiro que trouxe ao Brasil milhões de africanos para se transformar em força de trabalho necessária ao desenvolvimento da colônia (MUNANGA; GOMES, 2006).

Os africanos foram trazidos para o Brasil como escravos para trabalhar nas fazendas e engenhos e eram tratados como mercadorias. Sofriam abusos, eram castigados, açoitados e confinados às senzalas, não podiam frequentar os mesmos lugares que os brancos, pois eram considerados seres inferiores. Inúmeras vezes os negros escravizados organizavam fugas das fazendas para escapar da situação na qual eram obrigados a viver.

A partir da segunda metade do século XIX, a situação socioeconômica do país começou a mudar, uma vez que a sociedade brasileira passou a ter novos anseios. Segundo Ianni (2004) apud Constantino (2010)

> [...] durante a segunda metade do século XIX, a estrutura econômico-social no Brasil modificou-se profundamente. Expande-se a produção mercantil e criam-se interesses econômicos novos, distintos daqueles configurados na cafeicultura. A diferenciação crescente da estrutura econômico-social manifesta-se no aparecimento e expansão das atividades econômicas não agrícolas. [...] É nesse contexto que a mercantilização das atividades produtivas e das outras relações econômicas adquire maior amplitude. A partir desse momento, a coexistência entre a mercadoria e o escravo se torna cada vez mais difícil. Tornam-se incompatíveis. (IANNI, 2004, p.16)

Nesse sentido, o crescimento do capitalismo e as mudanças advindas com o desenvolvimento econômico na sociedade brasileira impulsionaram o fim do regime escravista que já não condizia com as novas aspirações da sociedade. Por esse e outros fatores, em 13 de maio de 1888 foi assinada a Lei Áurea libertando os escravos. Porém, apesar da lei ter sido sancionada, muitos negros continuaram submetidos ao trabalho escravo, uma vez que alguns brancos mantiveram a prática escravagista durante muitas décadas, fosse na prática ou no pensamento da população branca (CONSTANTINO, 2010).

O fim da escravidão não significou melhoria na vida dos negros, pois estavam livres, mas à margem da sociedade, uma vez que não lhes foram oferecidas condições de trabalho, educação e moradia. Além disso os homens e mulheres negras perderam seus empregos com a vinda dos imigrantes que passaram a trabalhar nas fazendas e em pequenos ofícios.

Desde a libertação da escravatura, a população negra vem tentando conquistar seu espaço em nosso país e, apesar dessa história fazer parte do passado do brasileiro; mulheres, homens e crianças negras continuam sofrendo com o preconceito racial. Julgados pela cor da pele, eles ainda enfrentam muitos obstáculos para conquistar certos tipos de trabalho. Dados da Pnad Continua (2017) apontam que a renda média real recebida pelas pessoas ocupadas no país foi estimada em R$ 2.043,00 no quarto trimestre de 2016. O rendimento dos brancos era de R$ 2.660,00 (acima da média nacional), enquanto o dos pardos ficou em apenas R$ 1.480,00 e o dos trabalhadores que se declaram pretos esteve em R$ 1.461,00. Os negros novamente apresentaram desvantagem em relação a taxa de desemprego no país. Dados referentes ao quarto trimestre de 2016 apontaram que essa taxa foi de 14,4% entre aqueles que se intitularam negros e 14,01% entre os pardos, enquanto entre a população declarada branca foi de 9,05%.

Além de menores salários os negros, devido a seu passado histórico, ficaram a sujeitos, em sua maioria, a trabalhos braçais e subempregos, com poucas possibilidades de chegar a cargos de gerência.

Diante do exposto o objetivo da pesquisa foi investigar como o preconceito permeia o relacionamento dos brasileiros brancos em relação aos negros na sociedade

brasileira, em particular, através da análise de dois casos reais. Foi realizada uma recopilação da literatura especializada referente as questões raciais, preconceito e estereótipos e uma análise da resposta oficial das empresas em questão. Esta análise foi pautada nos conceitos de viés inconsciente e gerenciamento de crises e mostrou que a discriminação e o preconceito racial ainda têm forte peso nas relações sociais e no mundo do trabalho e que ainda falta preparo e planejamento por parte das empresas para sanar esse tipo de situação.

O presente texto está dividido em quatro partes, a saber: a primeira trata do preconceito racial no Brasil. A segunda apresenta o conceito do viés inconsciente e suas consequências. A terceira discute dois casos reais e a última parte traz a conclusão com uma reflexão sobre os olhares dos autores e da pesquisadora.

## 2. O RACISMO E O PRECONCEITO NO BRASIL

Afinal o que é racismo? Segundo Kabengele Munanga (2004, p. 24) "o racismo é uma tendência que consiste em considerar que as características intelectuais e morais de um dado grupo são consequências diretas de suas características físicas e biológicas. O autor reforça que o racismo não deve se atentar ao somático-biológico, mas a questão histórico-cultural.

Quanto ao preconceito racial, este conceito diz respeito a opiniões e julgamentos sobre o outro que são pré-concebidos, podendo ser verbalizados ou não (MUNANGA, 2004). Ainda definindo preconceito Gomes (2012, p. 54) afirma que:

> O preconceito é um julgamento negativo e prévio dos membros de um grupo racial de pertença, de uma etnia ou de uma religião ou de pessoas que ocupam outro papel social significativo. Esse julgamento prévio apresenta como característica principal a inflexibilidade pois tende a ser mantido sem levar em conta os fatos que o contestem. Trata-se do conceito ou opinião formados antecipadamente, sem maior ponderação ou conhecimento dos fatos. O preconceito inclui a relação entre pessoas e grupos humanos. Ele inclui a concepção que o indivíduo tem de si mesmo e também do outro. (GOMES, 2012, p. 54)

Com base nos autores citados o preconceito é um julgamento prévio, sobre algo ou alguém, que não leva em consideração qualquer tipo de exame ou fundamento critico ou lógico. Ainda de acordo com Gomes (2012), nenhum ser humano nasce preconceituoso, ele aprende a ser racista e preconceituoso por meio da convivência e de sua trajetória dentro da sociedade, ou seja, o preconceito não é uma característica inata ao homem.

No Brasil, mesmo depois da abolição da escravatura, os negros continuaram a ser perseguidos, discriminados e até mesmo tratados como se ainda fossem pessoas de menor

importância. A discriminação e o preconceito não terminaram com o fim da escravidão e contrariando o que contam alguns livros de história, os negros sempre lutaram por dignidade. Após a abolição passaram a lutar e reivindicar por seus direitos de forma mais sistematizada para serem tratados com a dignidade que mereciam. Logo nas primeiras décadas após a libertação a comunidade negra começou a se articular e surgiram os primeiros movimentos negros com o intuito de manifestar suas reivindicações e expor a situação da população negra no país. Iniciou-se assim a luta pelos direitos dos negros no Brasil. Alguns exemplos da época foi a criação do jornal *O Clarim d'Alvorada* e da Frente Negra Brasileira.

Constantino (2010) destaca que:

> Esses foram os primeiros movimentos e os mais "democráticos" da época, que colocaram os negros na discussão dos seus dilemas e dos seus direitos conforme regia a Lei Constitucional. No entanto, a luta por igualdade de direitos ainda se faria longa e trabalhosa, pois os negros ainda se encontravam nas piores condições econômicas, o que lhes impossibilitava mobilidade social. (CONSTANTINO, 2010, p. 66)

Para a autora, essas iniciativas foram apenas o início da luta por direitos igualitários. Até hoje esses direitos não foram totalmente adquiridos, ficando claro que a sociedade brasileira tem muito que avançar quando se pensa em igualdade de oportunidades para negros e brancos. Em função disso a população negra segue lutando por equidade para ter a sua história e cultura valorizadas, pois mesmo diante de algumas conquistas, ainda há muitas barreiras a serem superadas.

No âmbito das políticas públicas, algumas conquistas foram alcançadas. A partir de 1996, durante o governo Fernando Henrique Cardoso, houve uma mudança significativa na postura do Estado brasileiro diante da questão racial. Neste sentido, várias reivindicações do movimento negro foram incrementadas, o que mostrou que a questão racial passou a entrar definitivamente na agenda política do país. Mais recentemente tivemos a criação e implementação da política de cotas nas universidades federais.

No entanto apesar dessas ações representarem uma preocupação do Estado referente a essa temática o mesmo não pode se dizer da sociedade brasileira em geral, que ainda nega ser racista, escondendo em alguns momentos essa faceta e, em outros, desvelando cruelmente a cor do seu preconceito. Esse preconceito velado é fácil de ser constatado. Como exemplo podemos verificar a reação das pessoas ao observar um casal andando de mãos dadas pelas ruas: se ambos forem brancos dificilmente haverá comentários, entretanto se uma das pessoas for negra e a outra branca, normalmente surgem reações diversas. O mesmo pode ser observado em relação a casais de etnias distintas que aparecem na mídia.

Nesta perspectiva, pode-se dizer que ainda há um estranhamento por parte da sociedade no diz respeito a presença de pessoas de diferentes etnias nos canais midiáticos. Tal fato também é percebido tanto por aqueles que acessam os meios de comunicação quanto por aqueles que os gerenciam. Quando são analisadas as campanhas publicitárias no Brasil, a pergunta que vem é: quantos negros são protagonistas das campanhas publicitárias? Quantos negros no Brasil têm papel de destaque nas novelas, filmes, séries, peças de teatro? Segundo os autores Pereira e White (2001, p. 270)

> De maneira similar, os negros brasileiros são representados em jornais e na televisão como algo menor em relação às coisas consideradas como um todo. Suas imagens, em geral, são congeladas em estereótipos como o do bêbado que balbucia e cambaleia, isto é, do palhaço negro em uma sociedade que privilegia a educação, o trabalho e a mobilidade vertical (PEREIRA E WHITE, 2001, P. 270)

É fato que o papel do negro na mídia brasileira ficou estigmatizado pela história da escravidão, ou seja, a mídia, na maioria das vezes apresenta-os como empregados, bandidos, baderneiros e, dificilmente, como o personagem principal de uma peça ou novela. Geralmente o negro é representado como um ser inferior ao branco e menos competente; está quase sempre em posições subalternas. Nesta perspectiva, pode se questionar: se este fato está somente relacionado ao nosso passado histórico, ou se a mídia reproduz o que de fato a sociedade pensa. A questão posta à mídia é que muitas vezes ela acaba reforçando estereótipos em relação à população negra, ou seja, reforça o viés inconsciente do racismo, por um conjunto de pensamentos pré-concebidos que o ser humano adquire e carrega durante sua vida.

Entende-se estereótipo como imagens simples e falsas que a sociedade tem sobre um determinado grupo ou indivíduo, sendo em sua maioria negativas. O dicionário de relações étnicas e raciais (2000) ressalta:

> No Campo das relações raciais e étnicas, um estereótipo é frequentemente definido como uma generalização excessiva a respeito do comportamento ou de outras características de membros de determinados grupos. Os estereótipos étnicos e raciais podem ser positivos ou negativos, embora sejam, com maior frequência, negativos. (CASHMORE, 2000, p.194)

Em relação ao negro os estereótipos geralmente são negativos, e são associados a adjetivos pejorativos como malcheirosos, sujos e pobres. Esses adjetivos são usados quase sempre em comparação com os brancos.

# 3. O VIÉS INCONSCIENTE E SUAS CONSEQUÊNCIAS

O ser humano carrega em seu inconsciente inúmeros estereótipos adquiridos desde o seu nascimento e que permeiam toda sua vida. Esses estereótipos, conforme Cashmore (2000), quase sempre são negativos e fazem com que, às vezes, mesmo que não intencionalmente, sejam utilizados como forma de preconceito. Casos corriqueiros como ver uma negra varrendo a calçada de uma casa e logo imaginar que ela é a empregada e não a proprietária da casa, assim como um negro vestido com um terno e o interpretar como um motorista e não como um executivo. Esses são exemplos de como o inconsciente usa os estereótipos para gerar o que a psicologia chama de viés inconsciente. São casos cotidianos de racismo que passam despercebidos pelas pessoas. Para Custódio (2015)

> O viés inconsciente é um conjunto de estereótipos sociais, sutis e acidentais que todas as pessoas mantêm sobre diferentes grupos de pessoas. É o olhar automático para responder a situações e contextos para os quais você é treinado culturalmente, como uma programação do cérebro. (CUSTÓDIO, 2015)

O termo viés inconsciente é um fenômeno que conta com poucos estudos no Brasil e é entendido como o conjunto de memórias e associações que o ser humano tem sobre alguma situação ou indivíduo.  É tudo aquilo que as pessoas guardam em seu subconsciente, tudo o que aprendem, ouvem e veem durante suas vidas. É um processo cognitivo que, apesar de ter boas intenções, a mente humana classifica automaticamente essas informações em categorias raciais e contra grupos sociais desfavorecidos. Souza (2015), destaca que o viés inconsciente:

> [...] Significa que é possível fazer julgamentos intuitivos e que são processados rapidamente pelo cérebro sem isso ser percebido de maneira consciente. Tomar decisões com base em associações com memórias antigas, noticiário, novelas, aulas, conversas com familiares e amigos. Nelas, há milhares de estereótipos. Basicamente sem que se perceba, processos neurais e cognitivos tiram conclusões por você, e é aí que entra a discriminação disfarçada. SOUZA (2015, p.7)

Brincadeiras, piadas e ditados populares envolvendo negros podem parecer inocentes, entretanto carregam um preconceito velado que fere àqueles que são atingidos por eles. Por não considerar que essas brincadeiras sejam uma forma de racismo é que, segundo dados da fundação Perseu Abramo obtidos através de uma pesquisa de opinião datada de 2003, que 87% dos brasileiros que admitem a existência do racismo, entretanto somente 4% admitem serem racistas. (Santos & Silva, 2005)

O Brasil se considera um país de muitas diversidades e livre de preconceitos, no entanto, realidade é bastante diferente, o preconceito racial existe, está apenas mascarado. Gomes (2012) ressalta

> O racismo no Brasil é alicerçado em uma constante contradição. A sociedade brasileira sempre negou insistentemente a existência do racismo e do preconceito racial, mas, no entanto, as pesquisas atestam que, no cotidiano, nas relações de gênero, no mercado de trabalho, na educação básica e na universidade os negros ainda são discriminados e vivem uma situação de profunda desigualdade racial quando comparados com outros segmentos étnico-raciais do país. (GOMES, 2012, p. 46)

Nas relações raciais o viés inconsciente se mostra quando, sem conhecer, emprega-se a imagem de ladrão, de pobre, de empregada doméstica ao negro. A exemplo disso, os atores negros nos filmes e novelas geralmente interpretam o escravo, o bandido, o chofer, a empregada doméstica, ou seja, a imagem do negro está quase sempre relacionada a posições subalternas, de menor valor social e de pessoas fora da lei. Dessa forma a mídia fortalece o estereótipo em relação aos negros e corrobora com o viés inconsciente.

O viés racial mostra-se também quando a competência dos negros é julgada pela cor de sua pele e não por sua real capacidade. Com base nos estudos de Ianni (2004), a relação cor da pele e a desqualificação dos negros já se evidenciava na década de 1940. O autor denunciava em seus estudos as falas e ações estereotipadas em relação à população negra que sofria e ainda sofre com os estereótipos que desvalorizam o negro e supervalorizam o branco, infelizmente tais falas e ações persistem até os dias atuais.

Em sua pesquisa, Pedro Jaime (2011) corroborou com essa ideia relatando que, por causa das características herdadas, os negros são considerados pelos brancos como menos honestos, inteligentes e mais predispostos a serem dominados pelos brancos. Estes, por sua vez, devido as suas características se consideram superiores, mais inteligentes, bonitos e honestos e, assim sendo, são mais propensos a dominar os negros.

O referido autor ainda mostra que a composição étnica das 500 maiores empresas do Brasil é composta por 93,3% de brancos e 5,3% de negros em cargos executivos contra 67,3% de brancos e 31,1% de negros para o quadro funcional. Para o autor isso se deve a baixa escolaridade dessa parcela da população. Nos relatos contidos em seus apontamentos pode-se notar que, dentre os entrevistados, todos passaram por algum tipo de preconceito durante a carreira, na maioria dos casos o preconceito não era declarado. Nas entrevistas feitas por Pedro Jaime, um dos entrevistados relatou que por diversas vezes a sua capacidade foi posta em dúvida por outros funcionários, não por realmente não ser capacitado, mas por ser negro e carregar o estigma de que os negros são preguiçosos e menos inteligentes que os brancos. Este mesmo participante contou ainda que, certa vez

em uma transação comercial sofreu preconceito durante uma reunião, mas que enquanto as negociações eram feitas via telefone nunca sofreu nenhum tipo de preconceito.

Outro participante da pesquisa de Pedro Jaime (2011) relatou que certa vez participou de um processo seletivo para uma vaga de emprego em uma grande empresa, tudo transcorreu normalmente até o momento em que ele entrou na sala de entrevistas. Ele estava bem vestido, seu currículo atendia as solicitações da empresa, mas assim que o entrevistador iniciou a conversa, seu semblante mudou, era como se tivesse ficado decepcionado com o que via. A entrevista, que habitualmente duraria de 1 a 2 horas, não levou mais do que 15 minutos; o entrevistador fez meia dúzia de perguntas e o dispensou. O participante claramente percebeu que a rápida entrevista foi resultado do fato de ele ser negro.

Percebe-se assim, que no Brasil há uma escassez de negros 'bem-sucedidos' havendo poucos negros como executivos, engenheiros e advogados que chegam a crescer profissionalmente. Acreditar que isso ocorra por serem menos inteligentes é conferir à cor da pele uma característica cognitiva que não existe. Portanto cabe aceitar que a falta de oportunidades, negadas desde a infância e o fato de não serem brancos são os grandes causadores desse déficit.

## 4. METODOLOGIA: ANÁLISE DE DOIS CASOS REAIS DE RACISMO NO BRASIL

Como visto anteriormente, a sociedade brasileira nega que haja preconceito racial, talvez pelo fato do Brasil ser tão miscigenado e de contar com uma miscigenação em um mesmo território. Diariamente acontecem casos de racismo com adultos, crianças, pessoas comuns e até mesmo com pessoas de destaque na mídia, como foi o caso da jornalista da rede Globo, Maria Julia Coutinho, ocorrido em julho de 2015. Maju, como é conhecida, é responsável pela previsão do tempo no Jornal Nacional. No dia 2 de julho de 2015 ela foi alvo de comentários racistas depois de ter uma foto sua publicada no Facebook. Junto com a publicação da foto havia um link com a previsão do tempo para o dia 3 de julho e a foto recebeu inúmeros comentários racistas sobre a jornalista. A situação causou grande comoção na internet e muitos internautas saíram em defesa de Maju. O Ministério Público do Rio de Janeiro e de São Paulo entraram com o pedido de investigação das ofensas sofridas pela jornalista.

A metodologia utilizada no presente artigo foi o detalhamento e análise de dois casos em que houve a prática do preconceito e do viés inconsciente por meio da análise de notas publicadas pela mídia impressa e digital.

## 4.1. CASO BMW

O primeiro caso ocorreu em 12 de janeiro de 2013. Um casal, de biótipo europeu, ambos são loiros, entrou na concessionária Autokraft, da marca BMW, na cidade do Rio de Janeiro com o objetivo de adquirir um automóvel. Enquanto o casal conversava com o vendedor, este se ausentou e foi ao encontro de uma criança negra que brincava no salão da concessionária.

Ao se dirigir à criança, o vendedor de forma ríspida, disse que o local não era lugar para ela brincar ou pedir esmolas e pediu para que a criança se retirasse da loja. Em seguida, o vendedor voltou para atender o casal e fez o seguinte comentário ao casal: *"esse tipo de criança (negra!) entra na loja para pedir dinheiro e incomodar os clientes"*. Neste momento, o casal se levantou, pegou a criança pela mão e disse ao vendedor: *"essa criança é nosso filho"* e os três se retiraram da concessionária.

O casal, Ronald e Priscilla não quis acionar a polícia para preservar o filho e aguardaram, por quatro dias, uma retratação da concessionária. Em nota emitida pela assessoria de imprensa, onze dias após a ocorrência, a empresa BMW informou que só ficou sabendo do ocorrido mediante um e-mail enviado por Ronald, e que pediu esclarecimentos a concessionária Autokraft sobre o ocorrido. Sete dias depois de ter recebido o e-mail de Ronald a empresa BMW se manifestou após a ocorrência, publicando a seguinte nota no site de notícias G1 (Figura 1):

**Figura 1:** Nota do site de notícias

**Nota da empresa**

*"O BMW Group gostaria de esclarecer que tomou conhecimento dos fatos relatados na matéria abaixo, através do e-mail enviado em 16/01/2013 pelos Senhores Ronald e Priscilla Munk e prontamente solicitou esclarecimentos à concessionária Autokraft através de uma notificação entregue na mesma data.*

*O BMW Group informa ainda que nenhum funcionário seu esteve presente na data do acontecimento narrado, não podendo dessa forma atestar a veracidade dos fatos relatados por parte dos clientes, tão pouco da concessionária.*

*Confirmamos que o BMW Group, apesar de não ter conhecimento dos fatos, em respeito aos seus clientes, enviou mensagem aos mesmos, desculpando-se pelo ocorrido e explicando a sua relação jurídica e comercial com a concessionária, a qual é regida pela lei nº 6729/79, que proíbe o BMW Group de adotar qualquer postura que influencie a gestão administrativa da concessionária e desautoriza a empresa a intervir ou influenciar nas atividades diárias de seus concessionários."* (Grifo nosso)

Foi elaborado pela pesquisadora uma análise com as expressões que mais se destacaram na nota emitida pela empresa BMW, como pode ser vista na Figura 2.

**Figura 2:** Análise das expressões da nota da empresa BMW

| Expressões do texto da empresa | Significado |
|---|---|
| *"O BMW Group..."* | O grupo BMW se eximiu de responsabilidade, deixando para a concessionária assumir a responsabilidade do ocorrido. Como a concessionária Autokraft pertence ao Grupo BMW, tal fato mostra falta de responsabilidade da BMW e de sua marca perante a sociedade brasileira |
| *"..prontamente.."* | A expressão prontamente, indica tempo. Porém entre a data da ocorrência e da declaração do Grupo BMW se passou mais de uma semana. A demora da empresa em prestar esclarecimentos mostra indiferença com o acontecido. |
| *"..notificação entregue na mesma data..".* | Uma "notificação", elemento jurídico, não repõe a credibilidade do Grupo BMW perante o filho do casal que foi discriminado. Aqui o Grupo BMW quis mostrar que a retratação da empresa foi rápida. No entanto não foi suficiente. |
| *"..não podendo dessa forma atestar a veracidade dos fatos relatados.."* | O Grupo BMW retirou sua parte de culpa quando disse que *"não pode atestar os fatos"*. A BMW, como grupo empresarial, tem o dever de assumir as ações de suas concessionárias independentemente se a concessionária é terceirizada ou não. A imagem da BMW também foi colocada em risco, não somente a imagem da Autokraft. |
| *"..desculpando-se.."* | Desculpa não é a forma correta de enfrentar o problema de preconceito racial. Se nota que o Grupo BMW foi negligente com a postura tomada, talvez porque seus executivos acreditem que no Brasil a lei não funcione e qualquer desculpa justifique o erro. |
| *"..relação jurídica e comercial.."* | O Grupo BMW mostrou que as relações com a concessionária Autokraft *são apenas "jurídicas e comerciais", isentando a questão ética e social.* |

**Fonte:** elaborado pelo autor

O casal, não satisfeito com a resposta que obtida pela BMW, voltou a entrar em contato com a empresa e dessa vez exigindo uma resposta sobre quais medidas seriam tomadas para que o fato não voltasse a acontecer, além de perguntar o que aconteceria com o funcionário envolvido no caso. A resposta veio após sete dias e o autor do e-mail foi um representante da concessionária Autokraft, e não da BMW. O representante pediu desculpas e justificou dizendo que o vendedor achou que o casal estava sozinho na loja, uma vez que a criança estava longe e que pensou que ela estava desacompanhada. Em seguida, o representante da concessionária Autokraft afirmou que tudo não passou de um 'mal-entendido' e que teria imenso prazer em ter sempre o casal como amigo.

O casal ficou revoltado com o termo 'mal-entendido' utilizado na retratação da empresa e resolveu entrar na justiça contra a Autokraft e processar a concessionaria. Em 10

de novembro de 2014, quase dois anos depois do ocorrido, a empresa foi condenada a pagar 22 salários mínimos (cerca de R$ 16 mil reais) de indenização. O casal resolveu doar a quantia à Associação Nova Vida – entidade beneficente que acolhe crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social. A Justiça do Rio fixou multa única de R$ 10 mil caso a empresa descumprisse as medidas estabelecidas e não pagasse a indenização. A notícia foi publicada pelo site G1 em 15 de novembro de 2014. O caso foi bastante comentado e, na época, Ronald e Priscila criaram uma página no *Facebook* com o intuito de reunir histórias semelhantes e alertar a sociedade para esse tipo de preconceito. A página leva o nome de: "Preconceito racial não é Mal-entendido".

Quando o representante da concessionária chamou a ocorrência de 'mal-entendido' acabou banalizando o preconceito sofrido pela família e mostrou quão despreparada estava a empresa para administrar um caso como este. O representante disse ainda, querendo justificar o funcionário, que o mesmo não havia percebido que a criança era filha de Ronald e Priscila, pois ela estava longe do casal. Na verdade, o vendedor não imaginou que uma criança negra poderia ser filha de um casal branco e de cabelos loiros. Essa relação é comum a muitas pessoas, principalmente devido o viés inconsciente racial e aos estereótipos, aos quais os negros são impostos.

Tal fato vem ao encontro do que dizem Ianni (2004) e Pedro Jaime (2011) quando trazem à tona os estereótipos impostos aos negros através dos anos, como os estereótipos de que todo negro é pobre, é criminoso, é morador da periferia, entre outros. Partilhando do mesmo pensamento Silva (2014) ressalta:

> O controle do corpo negro tem como consequência a delimitação dessa população em certos espaços sociais, lugares onde a sobre-representação negra é naturalizada e o corpo negro tido como parte integrante da paisagem (favelas, periferias, sarjetas, presídios, hospícios), lugares subordinados e, sobretudo, lugares que devem ser vigiados e controlados. (SILVA 2014, p.1)

É por partilhar desse mesmo pensamento que algumas pessoas não conseguem ver o negro em uma posição superior na sociedade, em posição de destaque na empresa, quanto menos filho negro de um casal branco que está prestes a adquirir um automóvel de alto valor.

A família já estava bastante fragilizada com tudo o que havia acontecido e esperava que a empresa fizesse mais do que publicar uma nota dizendo que tudo não passou de um mal-entendido e que esperava continuar amiga do casal e fazer negócios com ele.

O setor de comunicação da BMW deveria ter reconhecido a responsabilidade pelo acontecido e revelado a verdade, pois essas ações demonstrariam a preocupação da empresa em esclarecer o caso. Silveira (2010) destaca:

> Dizer a verdade neste momento, mesmo que não se tenha a resposta, desperta, perante os envolvidos na crise, responsabilidade para com o tratamento do

> caso. Esta postura torna o posicionamento coerente e evita as retratações, que nesses momentos demonstram descaso. (SILVEIRA, 2010, p. 12)

A assessoria de comunicação procurou justificativas para isentar a empresa da culpa, no lugar de dizer a verdade, isso fez com que passasse a percepção de que a empresa não estava dando o crédito necessário ao preconceito sofrido pela família.

O papel da assessoria de comunicação deveria ser levantar informações relevantes: verificar os fatos, descartar boatos, conversar com quem for diretamente responsável pelo problema e entender o que realmente aconteceu a fim de melhor definir o que poderá ser feito.

Não há nada que garanta que uma empresa nunca passará por uma crise; mesmo que ela esteja há anos no mercado e que conte com uma boa reputação é necessário estar preparada para agir rapidamente para assim minimizar os efeitos de uma crise. Silveira (2010) ressalta que:

> Todas as organizações, sem distinção, estão vulneráveis a crises, e a maior perda que elas podem sofrer, em momentos de conflito, é de sua credibilidade. A credibilidade é constituída durante anos, mas, para perdê-la, basta um momento em que a empresa aja equivocadamente. (SILVEIRA, 2010, p. 4)

Basta um momento de descuido para que uma crise seja instaurada em uma empresa. No caso citado neste artigo o motivo foi o preconceito racial sofrido por uma criança negra, filha adotiva de pais brancos. O viés inconsciente ficou evidente quando o vendedor deduziu que, por ser negra, a criança estava na loja pedindo esmolas.

## 4.2. CASO STARBUCKS

O segundo caso de preconceito racial, também envolvendo uma criança negra e seus pais adotivos ocorreu em julho de 2017, em uma cafeteria, da rede Starbucks, na cidade de São Paulo. A família, que mora na região Sul do país encontrava-se na capital paulista para aproveitar o feriado prolongado, quando a filha do casal quis tomar um chocolate em uma cafeteria da rede Starbucks. Os três se dirigiram a uma das lojas e ao entrarem a filha Isabela precisou ir ao banheiro. No momento que procurava o banheiro, um funcionário da loja abordou a menina dizendo que ela precisava sair pois não aceitavam pedintes. O funcionário deu uma olhada ao redor da loja e perguntou se aquela criança era filha de algum cliente da cafeteria. Imediatamente o pai, Jorge Timi, respondeu que a menina era sua filha e o segurança tentou se justificar dizendo que haviam clientes reclamando da presença da menina e que eram ordens da gerente da cafeteria retirar a criança do local. O casal se dirigiu até a gerente que respondeu a eles que os funcionários estavam somente cumprindo com as normas da empresa.

Jorge, pai de Isabela, registrou o caso mediante um boletim de ocorrência e, na ocasião disse que pretendia entrar na justiça contra o estabelecimento. O pai de Isabela afirmou que a menina já sofreu várias vezes discriminação e que tem outro filho mais novo e por ele ter olhos azuis e pele clara nunca sofreu discriminação.

A empresa se pronunciou sobre o caso, posicionando-se totalmente contra o ocorrido mediante uma nota de esclarecimento que foi publicada em diversos sites (Figura 13).

**Figura 3:** Nota de esclarecimento publicada

**Nota da Empresa**

*"Nós da Starbucks® entendemos que nosso propósito vai muito além de fornecer aos nossos clientes uma bebida preparada de forma perfeita. Nossa atividade, na verdade, mexe com a conexão humana. Nossos partners são preparados para se envolver com nossos clientes, dialogar e rir com eles, ainda que por apenas alguns minutos.*

*É com esse envolvimento mútuo que nos orgulhamos de ter criado um ambiente em que nos sentimos à vontade para encontrar amigos, familiares ou parceiros comerciais e onde certamente somos tratados com o respeito e a dignidade merecidos, independentemente de gênero, raça, etnia, orientação sexual, religião ou idade.*

*Prezamos pela ética, integridade e transparência em tudo o que fazemos. Nossa missão é inspirar e nutrir o espírito humano – uma pessoa, uma xícara de café e uma comunidade de cada vez.*

*Tudo isso se reflete em nossas ações de responsabilidade social, nossos projetos de inclusão, de contratação de minorias, de desenvolvimento de jovens aprendizes e diversas horas de treinamento investidas em nossos partners para reforçar ainda mais os valores éticos e o padrão de excelência de nosso atendimento.*

*Em relação ao incidente relatado pelos clientes Jorge Ribas Timi e Tatiane Timi, tivemos a oportunidade de, pessoalmente e por telefone, lamentar pela experiência que a família teve em uma de nossas lojas. Esforçamo-nos muito para trazer momentos agradáveis a nossos clientes. É esse o sentimento que nos move, dia a dia, a sempre tentar melhorar o nosso atendimento e os nossos produtos.*

*Se existe, por parte da família, o sentimento de que a experiência não foi agradável, sem dúvida alguma, nós não atingimos o que era esperado e, por isso, estamos realizando uma apuração completa do ocorrido. A acusação realizada é muito séria e não condiz de forma alguma com os valores e princípios que guiam a nossa caminhada. Não descansaremos até esclarecer os fatos e, se constatado algum desvio, identificaremos os responsáveis e tomaremos as providências cabíveis.*

*Será bem-vinda a oportunidade de trabalhar com a família nessa causa – para fazer da forma correta e contribuir para uma comunidade cada vez melhor.*

*Ao nosso público em geral reafirmamos que a Starbucks® tem um comprometimento de longo prazo com a diversidade e inclusão e não tolera qualquer desvio desses valores e princípios que guiam o nosso negócio.*

*Nosso canal de atendimento seguirá à disposição de todos."* (Grifo nosso)

Assim como no caso anterior a pesquisadora optou por relatar na figura 4 a análise das principais expressões do texto.

**Figura 4:** Análise da nota da empresa Starbucks

| Expressões do relato da empresa | Significado |
|---|---|
| *".se envolver com nossos clientes, dialogar e rir com eles."* | O propósito da cafeteria expresso no comunicado não ocorreu durante o incidente, pois não houve dialogo e sim uma postura rude e preconceituosa por parte do funcionário que abordou a criança. |
| *".tratados com o respeito e a dignidade merecidos, independentemente de gênero, raça, etnia, orientação sexual, religião ou idade."* | A política de respeito, as categorias da diversidade tampouco foi colocada em prática durante o incidente ocorrido. Houve desrespeito por parte do funcionário, deixando claro que ele não partilhava dos mesmos valores que a empresa mencionou como seu discurso. |
| *"..ações de responsabilidade social, nossos projetos de inclusão, de contratação de minorias, de desenvolvimento de jovens aprendizes.."* | O discurso da Starbucks não condiz com o procedimento do funcionário no caso ocorrido, pois o preconceito foi o elemento destacado na ação deste. |
| *"..pessoalmente e por telefone, lamentar.."* | O caso ocorrido exigia muito mais do que um contato por telefone. A empresa demonstrou total despreparo para enfrentar o problema. |
| *"Se existe, por parte da família, o sentimento de que a experiência não foi agradável."* | Com essa frase, a Starbucks mostra que "duvida" do sentimento da família após o incidente. A redação é infeliz na medida que pressupõe que a experiência não foi "agradável". Afinal, como a empresa interpreta o ocorrido? |
| *".apuração completa do ocorrido. A acusação realizada é muito séria e não condiz de forma alguma com os valores e princípios que guiam a nossa caminhada"* | Aqui aponta-se o "formalismo" da empresa que, em uma linguagem extremamente formal, diz que o incidente será apurado. A empresa usa a formalidade jurídica para se explicar. |
| *"Starbucks® tem um comprometimento de longo prazo com a diversidade e inclusão e não tolera qualquer desvio desses valores e princípios que guiam o nosso negócio."* | Por fim, ao reafirmar a sua postura de apoiar a diversidade, a empresa deixa seu discurso fragilizado, pois não valorizou o fato ocorrido, banalizando o caso. |

**Fonte:** Elaborado pelo autor

Muito semelhante ao da BMW, este é outro caso em que pode se notar o reforço dos estereótipos na sociedade brasileira, na qual a cor da pele é o marcador social que define a condição da comunidade negra na sociedade; portanto ao ser negro, se conclui que ele é um marginal. Corroborando com as perspectivas de Ianni (2004) e Pedro Jaime (2011), Ciconello (2008, p. 3) argumenta:

> O racismo é percebido e vivido no cotidiano: nos *shopping centers* de elite, onde os trabalhadores negros são confinados em postos de vigias ou faxineiros e raramente empregados em atividades de atendimento ao público; na programação televisiva, onde os negros/as, quando aparecem, ocupam as tradicionais posições de subordinação (a empregada doméstica, o bandido, a prostituta, o menino de rua, o segurança); nas piadas e expressões de cunho racista sempre presentes nas reuniões de família brancas. Expressões como "não sou racista, mas nunca aceitaria meu filho ou filha se casando com um negro/a" são comuns no Brasil. São milhões de atitudes, gestos, opções e decisões diuturnamente tomados dentro de uma estrutura social e simbólica na qual a cor da pele é um determinante importante. (CICONELLO 2008, p.3)

O preconceito racial surge não somente nas palavras, mas também nos pequenos gestos, como a concepção de que uma criança negra sozinha não poderia ser filha de um cliente da cafeteria e sim uma criança de rua. Quando um negro entra em uma loja frequentada por pessoas com maior poder aquisitivo normalmente ele é avaliado "da cabeça aos pés" com o intuito de encontrar nele algo que diga que ele não pertence àquele lugar.

Assim como no caso da BMW a assessoria do Starbucks apenas tentou reforçar seu discurso, por meio de uma nota publicada nas mídias sociais; no entanto, suas ações não passaram de uma retratação pública sobre o ocorrido, nada mais foi feito. Não houve nenhum outro cuidado a fim de poder provar que o preconceito realmente não faz parte dos valores e da rotina da empresa. Na nota publicada a empresa chega a dizer que "será bem-vinda a oportunidade de trabalhar com a família nessa causa – para fazer de forma correta e contribuir para uma comunidade cada vez melhor", no entanto, ainda não há notícias de que a empresa tenha feito algo a mais após o envio do comunicado.

O texto ainda diz que os funcionários da empresa são preparados para se envolver, dialogar e rir com os clientes, diz ainda que a empresa investe em treinamentos para reforçar os valores éticos e o padrão de excelência de seu atendimento. Contudo o funcionário em questão mostrou não partilhar dos valores e do padrão de excelência da cafeteria, caso contrário o preconceito não haveria acontecido.

Outro ponto interessante é o empenho da empresa para reforçar que momentos agradáveis aos seus clientes fazem parte de sua política corporativa. Não parece possível ser agradável estar em um ambiente em que um cliente corre o risco de ser retirado do

local apenas por ser negro. Muito mais do que treinamento, a empresa precisa ter em seu DNA o respeito com a diversidade e, em seguida, contratar e capacitar pessoas que acreditem no que diz no comunicado da empresa à família: "comprometimento de longo prazo com a diversidade e inclusão e não tolera qualquer desvio desses valores e princípios que guiam o nosso negócio".

A população negra ocupa, em sua grande parte, a classe mais pobre na sociedade brasileira, devido principalmente aos fatores históricos, alguns deles já mencionados neste artigo. Em seus estudos Ciconello (2008, p. 4) apresenta uma pesquisa em que aponta que "dois terços dos pobres no Brasil são negros. A metade da população negra vive abaixo da linha da pobreza; essa proporção, de 46,3%, é duas vezes maior que a observada para a população branca, de 22,9%." A veracidade desses fatos, no entanto, não é justificativa para a discriminação, a cor da pele não pode ser fator determinante para classificar o status social de uma pessoa. Ciconello (2008, p.13) argumenta:

> [...] a discriminação racial no Brasil é responsável por parte significativa das desigualdades entre negros e brancos, mas, também, das desigualdades sociais em geral. Essas desigualdades são resultado não somente da discriminação ocorrida no passado, mas, também, de um processo ativo de preconceitos e estereótipos raciais que legitimam, quotidianamente, procedimentos discriminatórios. A persistência dos altos índices de desigualdades raciais compromete a evolução democrática do país e a construção de uma sociedade mais justa e coesa. (CICONELLO 2008, p. 13)

Ao fazer uma análise dos dois casos pode-se concluir que a discriminação veio exatamente pela cor da pele e não pelo status social. Não se pode aceitar justificativas nas quais a classe social esteja envolvida. As duas famílias mencionadas pertenciam a classe alta e média. Porém, tal condição não deve ser elemento de destaque. Não importa a classe social, não importa a maneira como estão vestidos ou que bem material querem comprar. Os fatos ocorridos não podem justificar situações de preconceito e discriminação aos negros.

Observou-se que as empresas buscando amenizar as situações ocorridas trataram de "salvar a sua pele", ou seja, nota-se nos comunicados a ênfase em destacar seus valores, suas políticas e sua integridade e ética nos negócios.

Na verdade, ambas as empresas estavam preocupadas em manter sua reputação mediante a visibilidade que a mídia podia proporcionar naquele momento, uma vez que as notícias na internet têm vida curta. Não houve preocupação real com as famílias atingidas, como já mencionado neste artigo, uma vez que nada mais foi feito além da produção do comunicado oficial das empresas.

O preconceito sofrido e o fato das duas assessorias chamarem o caso de '*incidente e mal-entendido'*, tratando do assunto como se não fosse relevante, fez com que as duas

famílias entrassem com processos judiciais contra as empresas. O preconceito deve ser denunciado, alertando as pessoas para que não passem pelo mesmo constrangimento e encorajando as que já passaram a denunciar também, pois racismo é crime e assim como todo crime deve ser punido.

A sociedade brasileira é extremamente desigual, o poder e o dinheiro estão nas mãos de poucos enquanto a maioria sofre sem condições dignas para viver. É preciso que a sociedade assuma sua função de guardiã de políticas de inclusão, como as cotas, para que a população negra tenha acesso ao que também é seu por direito, mas que há muito tempo lhe foi negado. Na maioria das vezes os negros não conseguem nem ao menos mostrar seu potencial, seja para os estudos ou para o trabalho, pois antes mesmo de fazer já são julgados apenas por serem negros. O fato de terem sido escravos gravou na mente da sociedade um lado pejorativo, que faz com que muitas pessoas associem ao negro a estereótipos negativos. Com base em Ianni (2004) apud Constantino (2010):

> A ideologia branca cria estereótipos em relação ao negro, deixando-o no extremo mais baixo de qualquer escala de valores sociais. Esses estereótipos desvalorizam ao extremo o negro e supervalorizam o branco. Vejamos alguns exemplos de estereótipos verbalizados em pesquisa realizada pelo autor: os negros são considerados "anti-higiênicos", "sujos e malcheirosos", enquanto o branco é "limpo e asseado"; os brancos são "orgulhosos e vaidosos", os negros "submissos e humildes"; os negros são "macumbeiros" e os brancos "religiosos"; o negro sambista ou batuqueiro é identificado como descendente de escravo. Para os brancos, os negros só são bons nos esportes e são relacionados, sempre, ao trabalho braçal. (CONSTANTINO 2010, p. 62)

Esses estereótipos perduram até os dias de hoje, as vezes diretamente e, em outros momentos indiretamente; os nossos próprios ditados populares reafirmam o racismo quando usamos a expressão "a coisa está preta", por exemplo. Aqui fica claro que a negritude é algo negativo. Como essa expressão, observa-se que no Brasil existem outras expressões preconceituosas e que a maioria da população julga, muitas vezes de forma inconsciente. Isso está ligado ao viés inconsciente que foi tratado no presente texto, pois está preso no subconsciente das pessoas e sem que elas percebam vem à tona em forma de "brincadeiras" e jargões. É necessário que cada brasileiro entenda que não se tratam de brincadeiras e sim de ofensas, que ferem e deixam marcas terríveis naqueles que são julgados somente por não terem a pele clara.

# 5. CONCLUSÃO

O Brasil é um país racista, mesmo que a sociedade siga dizendo o contrário. Se não houvesse preconceito racial os negros não precisariam estar lutando por seus direitos, não passariam por constrangimentos e falta de respeito, não precisariam ter receio de frequentar determinados lugares por serem maltratados. O preconceito fica ainda mais evidente a partir de casos como os apresentados neste artigo, nos quais duas crianças foram discriminadas, sendo confundidas com pedintes, por serem negras.

A comunidade negra do Brasil tem tentado durante anos combater o preconceito, entretanto poucos progressos foram obtidos, ainda há falta de esclarecimento e conscientização por parte da sociedade. O viés inconsciente é um dos grandes responsáveis pelas dificuldades enfrentadas para se vencer o racismo, pois em geral brincadeiras com tom de deboche não são consideradas preconceituosas; tais brincadeiras são transmitidas de geração em geração como se fossem inocentes.

No que diz respeito as empresas mencionadas, nota-se tanto pelas ações realizadas pelo Starbucks quanto pela BMW, que elas ainda não estão preparadas para lidar com o preconceito e tampouco para dar suporte às situações como as aqui mencionadas. Considera-se também que equipe de comunicação falhou ao não dar a devida importância para os casos, corroborando com o preconceito racial existente no país.

Sabe-se que estes não foram eventos isolados e que situações de racismo ocorrem com grande frequência no Brasil, principalmente em empresas estabelecimentos com clientela de maior poder aquisitivo. Neste sentido, novos estudos devem ser realizados na esperança de que as organizações do país se atentem ao racismo e desenvolvam ações eficazes que inibam os casos de preconceito, colaborando na construção de um Brasil mais justo e igualitário.

O brasileiro ainda tem muito o que conquistar em relação a abolição do racismo. Não se pode desanimar e nem parar de lutar para tentar extinguir esse mal que assola o país.

# REFERÊNCIAS


ABEL, J. Pais acusam Starbucks de racismo por confundir menina negra com pedinte. **Estadão.** São Paulo. 24 jul. 2017. Disponível em: <http://emais.estadao.com.br/noticias/comportamento,pais-acusam-starbucks-de-racismo-por-confundir-menina-negra-com-pedinte,70001902795> Acesso em: 28/07/2017.

AMORIM, D. Desemprego é de 14,4% entre negros; 14,1% entre pardos e 9,5% entre brancos. **Estadão**. São Paulo. 23 Fev. 2017. Economia & Negócios. Disponível em < http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,desemprego-e-de-14-4-entre-negros-14-1-entre-pardos-e-9-5-entre-brancos,70001677037> Acesso em 05/09/2017.

APÓS dois anos, loja da BMW acusada de racismo é condenada no Rio**.** ***G1.*** Rio de Janeiro. 15 Nov. 2014. Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2014/11/apos-2-anos-loja-da-bmw-acusada-de-racismo-e-condenada-no-rj.html> Acesso em 10/07/2017.

CASHMORE, E: et al. **Dicionário de relações étnicas e raciais.** São Paulo: Summus, 2000. Tradução: Dinah Kleve.

CICONELLO, A. **O desafio de eliminar o racismo no Brasil: a nova institucionalidade no combate à desigualdade**. Disponível em: <http://www.inesc.org.br/biblioteca/publicacoes/artigos/Racismo%20-%20texto%20do%20Peck.pdf/view>. Acesso em 16/08/2017.

CONSTANTINO, F. L. **Comunidades de aprendizagem: contribuições da perspectiva dialógica para a construção positiva das identidades das crianças negras na escola.** Dissertação (Mestrado), São Carlos: UFSCar, 2010.

CUSTÓDIO, T. A. S. **Você é racista - só não sabe disso ainda.** Disponível em: <http://revistagalileu.globo.com/Revista/noticia/2015/10/voce-e-racista-so-nao-sabe-disso-ainda.htm>. Acesso em: 31/07/2017.

GOMES, N. L. **Diversidade étnico-racial, inclusão e equidade na educação brasileira: desafios, políticas e práticas**. RBPAE – v.27, n.1, p.109-121. jan./abr. 2011. Disponível em:

<http://seer.ufrgs.br/rbpae/article/viewFile/19971/11602> Acesso em 18/04/17.

GOMES, N. L**.** ***Alguns Termos E Conceitos Presentes No Debate Sobre***

***Relações Raciais No Brasil: Uma Breve Discussão***. Disponível em: <http://www.acaoeducativa.org.br/fdh/wp-content/uploads/2012/10/Alguns-termos-e-conceitos-presentes-no-debate-sobre-Rela%C3%A7%C3%B5es-Raciais-no-Brasil-uma-breve-discuss%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 28/06/2017

IANNI, O. **Raças e classes sociais no Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 2004.

IANNI, O. Escravidão e racismo. In: **Escravidão e racismo**. 2ª ed. Revista e acrescida do apêndice. São Paulo. Editora Hucitec, 1988, p. 15-95.

JUNIOR, P.J.C. **Executivos Negros: Racismo e Diversidade no mundo empresarial** – Uma abordagem Sócio-Antroplógica. 553 f. Tese (Doutorado) – Departamento de antropologia, Universidade de São Paulo, 2011.

MINISTÉRIO público ouve suspeitos de racismo contra Maria Julia Coutinho. **G1**. São Paulo. 10 Dez. 2015. Disponível em < http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2015/12/ministerio-publico-ouve-suspeitos-de-racismo-contra-maria-julia-coutinho.html> Acesso em 05/07/2017.

MUNANGA, K.; GOMES N. L. **O negro no Brasil de hoje**. São Paulo: Global, 2006. - (Coleção para entender).

PEREIRA, E. A.; White, S. F. **Brasil: Panorama De Interações E Conflitos Numa Sociedade Multicultural.** Disponível em: <https://portalseer.ufba.br/index.php/afroasia/article/view/21014> Acesso em 31/07/2017.

Silva, U.V. *"***Parado é suspeito, correndo é ladrão": raça e suspeição na atuação policial em São Paulo.** In: III SEMINARIO DE PESUISA DA FESP. São Paulo. **Anais**. São Paulo. 2014. Disponível em: <http://www.fespsp.org.br/seminario2014/anais/GT11/6_AGNALDO.pdf> Acesso em: 03/09/2017.

SILVEIRA, M. **A importância do plano de gerenciamento de crises em empresas prestadoras de serviços: Estudo de caso**, R.P. em revista, ano 8, n-25, Salvador, Ba, Fev. 2010. Disponível em: <http://www.rp-bahia.com.br/rpemrevista/edicao25/a_importancia_do_plano_de-gerenciamento_de_crises_em_empresas_prestadoras_de_servicos.pdf>.

2010. Disponível em: <http://www.rp-bahia.com.br/rpemrevista/edicao25/a_importancia_do_plano_de-gerenciamento_de_crises_em_empresas_prestadoras_de_servicos.pdf>. Acesso em 17/09/2017.

TORRES, H. P. L. Casal acusa concessionária BMW de racismo contra filho de 7 anos no Rio. G1. Rio de Janeiro. 23 Jan. 2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2013/01/casal-acusa-concessionaria-bmw-de-racismo-contra-filho-de-7-anos-no-rio.html> Acesso em 10/06/2017.