

MANUAL
DE AGENCIA
SIN RACISMO

EL PROYECTO

*“Nunca entre en una discusión sobre el racismo diciendo: ‘pero no soy racista’.
Lo que está en juego no es un pensamiento moral individual, sino un problema estructural”.*

Djamila Ribeiro en “Pequeño Manual Antirracista”.

El racismo no es un problema negro.

El racismo es un problema de los blancos. Como dijo la escritora y artista portuguesa Grada Kilomba, los blancos no se ven a sí mismos como blancos, se ven a sí mismos como personas. Son la norma, el estándar.

El racismo es el más perfecto plan de marketing que ha creado la humanidad, o mejor dicho, la inhumanidad. Se trata de una relectura de la frase original del gran antropólogo y profesor Kabengele Munanga, uno de los más grandes especialistas en el tema racial en Brasil. Para él, el racismo brasileño es el crimen perfecto: “Mata dos veces; el segundo, por el silencio”.

Por lo tanto, nuestra propuesta aquí es iniciar un camino de deconstrucción de formas de pensar y actuar dentro de nuestro mercado, que es la comunicación, la publicidad, el marketing, y que fue - y sigue siendo - uno de los responsables de fortalecer y perpetuar históricamente el racismo en Brasil.

NO SE ENSEÑÓ EN CASA NI EN LA ESCUELA. ASÍ QUE APRENDEMOS EN LA AGENCIA:

Tomando la prueba del cuello:

ingrese a un restaurante y mire a su alrededor. De la gente blanca y negra en el lugar, ¿cuántos están sentados y cuántos están sirviendo? ¿Cuál es la diferencia? Esta pregunta es válida para otros lugares, como la productora, la empresa de audio e incluso la sala de reuniones con tu cliente. Esto tiene que empezar a molestar, ya que Brasil tiene el 56% de la población compuesta por negros, según el IBGE.

Ser consciente del privilegio de nacer blanco: la Prof. Dra. Lia Vainer Schucman, experta en blancura, explica con una historia real: una persona sin hogar me dijo algo muy fuerte cuando le pregunté “¿Qué significa ser blanco para ti?”

La respuesta fue: “Puedo entrar al baño del centro comercial y mi colega negro no puede”. Es decir, incluso en la pobreza extrema, ser blanco seguía siendo un privilegio.

Probablemente hayas escuchado que es un privilegio blanco poder correr por la calle de noche, usar una sudadera con capucha o no tener que llevar un recibo de lo que compraste sin preocuparte si la policía te confundirá con un ladrón, ¿verdad? Bueno, este privilegio también existe dentro de la agencia:

EL PRIVILEGIO BLANCO EN LA AGENCIA ES...

Nunca se deja pasar por alto para un puesto de trabajo debido a su color.

Jamás se siente invisible en una reunión de trabajo por su color.

No pasa por la vergüenza de ser confundido con la ayuda de cámara del elegante restaurante que frecuenta con el equipo de trabajo.

Nunca necesitas hablar en nombre de tu raza porque nadie pregunta: tú, como persona blanca, ¿qué piensas de esto o aquello...?

Nunca seas la única persona de tu color en una reunión de trabajo.

¿CÓMO SÉ SI HE TENIDO UN DEFECTO O REPRODUCIDO EL RACISMO?

Si la persona es blanca, lo más probable es que ya haya cometido o cometerá algún paso en falso o reproduzca el racismo. Muchos, por supuesto. Entonces, la pregunta no es si he tenido, sino cómo notarlo y manejarlo cuando ocurre. Y eso significa saber más sobre el tema, buscar información, leer y dar muchas búsquedas en Google, como siempre lo hace cuando quiere saber más sobre neurociencia o economía creativa, por ejemplo.

Y cuando te des cuenta de que estabas diciendo tonterías, por favor no intentes arreglarlo: admite el error lo antes posible, discúlpate y trata de entender las razones que te llevaron a ese pensamiento o comentario para no repetirlo.

EJEMPLOS REALES YA EXPERIMENTADOS AQUÍ EN WT

Ante la pregunta: “¿Por qué no hay profesionales negros en nuestra reunión?”, nunca digas algo como “Oh, todavía no tenemos a nadie listo, calificado para participar en esta conversación más estratégica”. Si escuchas esto, aprovecha para posicionarte: “Bueno, entonces el problema es nuestro, porque a estas alturas del mundo avanzamos en la discusión sobre equidad racial, y más aún trabajando en una agencia como WT, donde esta cultura es tan fuerte, ¿podemos estar retrasados?”.

Y esto también es correcto en el caso de la contratación. Si no encuentras profesionales negros para las vacantes que tienes es porque buscas en los lugares equivocados y desde la perspectiva de tu burbuja de contactos, formada por personas blancas como tú que estudiaron en las mismas escuelas y van a los mismos lugares. ¡Fuera de la burbuja!

EJEMPLOS REALES YA EXPERIMENTADOS AQUÍ EN WT

En respuesta a una frase desafortunada, no intente ir por la tangente con algo como “No quise decir eso; la frase fue sacada de contexto”. Cuando se trata de un tema tan delicado como el racismo, ¡el único contexto que existe es el del racismo que nos rodea! Admita el racismo estructural que existe dentro de cada uno de nosotros y avance en su aprendizaje racial cotidiano. Sin olvidar retractarse, por supuesto.

“¡Imagínense! No soy racista; tengo un colega negro en el trabajo e incluso he salido con una persona negra”. Este es un clásico que 10 de cada 10 blancos dicen con las mejores intenciones, pero suena realmente mal porque muestra un desconocimiento total sobre cuestiones raciales. Para comenzar, tener un amigo negro no es un salvoconducto contra el racismo. Para superar cualquier tipo de prejuicio es necesario, en primer lugar, reconocerlo.

“Equipo, comencemos esta cita lista antes de que el negro quiera usar la habitación”. ¿Cuántas veces has escuchado o hablado una frase como esta? Y es inútil decir que es solo jerga, una forma de hablar o incluso que no puedes cambiar. Pruebe el ejercicio de sustitución: ponga la palabra blanco en lugar de negro. Suena raro, ¿verdad? Quizás no lo sepas, pero esa es una de las cosas más irrespetuosas que puede escuchar una persona negra. Y para comenzar a cambiar, es simple: use la palabra persona en su lugar. Inicie por usted y listo continúe corrigiendo a los que le rodean. ¿No quieres ser el tipo aburrido? Sí, pero tendrá que serlo. El antirracismo es acción, y si estás leyendo esto, es porque estás en una agencia adonde la cultura antirracista es uno de los pilares principales y la lucha por una sociedad más diversa está en su ADN.

EJEMPLOS REALES YA EXPERIMENTADOS AQUÍ EN WT

Durante la pausa para el café, alguien deja escapar una broma racista y, ante el malestar general, dice algo como: “¡Estaba bromeando! ¿Dónde está tu sentido del humor?” Aprovecha la oportunidad para tomar una posición y decir que no hay diversión cuando se trata de racismo, solo mucho dolor, trauma y tristeza. Y que, afortunadamente, el mundo ha evolucionado y no hay más espacio para cualquier tipo de broma sobre el tema, especialmente en una agencia como WT, que tiene el tema racial como uno de los principales puntos de su cultura.

“Lo siento, pero también he sufrido racismo porque soy blanco”.

Esta es una cuestión que surge a menudo entre los blancos. Después de todo, ¿pueden ser víctimas del racismo por parte de una persona negra? No, pueden, simplemente porque no hay racismo al revés. El racismo es una manifestación de poder, basado en un sistema opresivo en lo cual una población es subyugada por otra, teniendo su origen en el régimen de esclavitud. A lo sumo, la persona blanca puede haber sufrido bullying o algún tipo de prejuicio sin ningún origen histórico o social. Ah, y por favor, si este tipo de argumento surge en tu círculo de amigos o familiares, ¡no lo dejes pasar! Aprovecha para llevar el asunto a la mesa. ¿Quieres saber más sobre los diferentes tipos de racismo?

Acceda al enlace:

<https://share.wunderman.com/dl/L4JrxBjLY>

¿CÓMO SER UN ALIADO BLANCO EN ESTE “MUNDO DE AGENCIAS”?

Demarque su posición.

¿Ha surgido un nuevo trabajo? ¿Qué tal armar un equipo diverso, formado por personas diversas a ti, capaces de aportar nuevas perspectivas y experiencias? Sí, tal vez requiera un poco más de trabajo, pero el resultado será mucho mejor. Si el cliente es una marca de consumo en Brasil, esto significa que una parte significativa de su consumidor no es blanco, ya que la población brasileña es mayoritariamente negra. ¿Y cómo hablar con una porción tan expresiva de la población sin tener un solo representante de este colectivo en la planificación, creación, medios y servicio de esta marca? Y haz esto explícitamente: hazles saber a todos que vas a formar un equipo diverso, con profesionales negros. Poner el ejemplo.

Presta atención a los lugares que ocupas.

Presta atención cuando te llamen a participar en un evento si hay pluralidad tanto en los miembros del panel como en la audiencia. Si no, puede ser un caso de no participar y explicar que este modelo no contempla tu propósito como profesional de la comunicación que conoce la importancia de la pluralidad en los espacios que ocupa. Es importante darse cuenta de que, dentro del bagaje de privilegios de los blancos, está el lugar cautivo del protagonismo. ¿Tiene una presentación importante para el cliente? Una buena es ceder el lugar a alguien de tu equipo que esté altamente calificado y haya trabajado en el proyecto tanto como los demás. ¿Surgió la invitación para dar una conferencia? En lugar de ir, entréguelo al profesional de su equipo que sea tan capaz como usted, pero que haya tenido menos posibilidades que sus homólogos blancos de estar en estos espacios de privilegio a lo largo de su vida. Mira, todo esto no es un favor, solo estás compartiendo espacio con aquellos que lo merecen tanto como tú. Este es uno de los ejercicios más desafiantes, ya que deberá dejar de lado algo que considera tuyo por mérito.

¿CÓMO SER UN ALIADO BLANCO EN ESTE “MUNDO DE AGENCIAS”?

Haga la pregunta

¿Lo están contactando para un nuevo trabajo en otra empresa? Además de querer conocer los beneficios que se ofrecerán como seguro médico, bonificaciones, etc., pregunte por la diversidad en los equipos. ¿Y en liderazgo? ¿Hay directores negros? ¿Cuántos? Esto también se aplica a proveedores, autónomos y vehículos con los que trabaja. ¿Necesitas elegir un productor? Además de todas las cuestiones técnicas y financieras, la diversidad del equipo es esencial.

No espere elogios.

Si espera ser admirado por otros por ser antirracista, algo anda mal. No está haciendo más que su obligación en el histórico proceso de reparación en Brasil.

Trate a un colega o colega negro con naturalidad.

Todo lo que una persona negra quiere es vivir con naturalidad. Así que no tienes que llamar ángel a tu colega, perfecto, maravilloso, cuando en realidad ella hizo exactamente lo que se le pidió que hiciera. El consejo es hacer todo lo que hace con sus colegas blancos. Simples así.

¿Quieres saber más sobre cómo ser antirracista en publicidad?

Lea el libro “Publicidad antirracista: reflexiones, caminos y desafíos”, de profesores universitarios e investigadores de la USP Francisco Leite y Leandro Leonardo Batista, quienes reunieron a científicos sociales y gente del mercado para discutir el tema:

<http://www.livrosabertos.sibi.usp.br/portaldelivrosUSP/catalog/book/431>

COSAS QUE NUNCA DEBERÍAS DECIR

Lacayo Mudo:

el nombre de la mesita de noche proviene de uno de los roles que desempeñaban los esclavos que trabajaban dentro de la casa: el de guardar cosas para sus amos. Como el empleado no podía hacer ruido para no molestar a los vecinos, se le consideró mudo.

Hacer en los muslos:

no se sabe exactamente cuándo la expresión entró en nuestro vocabulario, pero la versión de origen más popular es que el término vendría de la posible costumbre de los esclavos moldeándose tejas en los muslos. Como tenían cuerpos de diferentes formas, las tejas acababan por no encajar correctamente y, por tanto, quedarían mal hechas.

Mercado negro, lista negra, oveja negra:

Como en “denigrar”, el uso del adjetivo “negro” en estas palabras tiene un peso muy negativo, lo que lo hace peyorativo. Este juicio de valor acaba afectando también a los negros, reforzando el prejuicio estructural.

Mulata:

el término se usa para referirse a las personas negras de piel clara. La palabra se refiere a la “mula”, un ternero del cruce de una yegua con un burro. Es decir, compara a una persona negra con un animal. La expresión se vuelve aún más peyorativa cuando se usa como “mulata exportación”, reforzando la visión del cuerpo de la mujer negra como una mercancía.

COSAS QUE NUNCA DEBERÍAS DECIR

No soy tus negras:

cuando usas la expresión dices que “no es cualquiera con quien puedas hacer todo”. Entonces, ¿significa que las mujeres negras pueden ser sometidas a cualquier cosa? No hoy, pero en el momento de la esclavitud, cuando apareció la expresión, sí. Los esclavos negros eran literalmente propiedad de hombres blancos y se usaban para satisfacer sus deseos sexuales, que “preservaban” a sus mujeres blancas.

Trabajo de negro:

según la creencia popular del siglo XIX, los esclavos eran perezosos y estúpidos, lo que significa que no hacían un buen trabajo. Por lo tanto, al decir que algo es “trabajo de negro”, está insinuando que la actividad se completó tan mal que solo pudo haber sido realizada por una persona negra.

Tener un pie en la cocina:

la frase se suele utilizar para referirse a una persona que no es exactamente blanca. En el siglo XVIII, la casa de la familia blanca tenía esclavos trabajando como cocineros y ayudantes. Como a menudo eran acosadas y violadas por sus amos, era común que tuvieran hijos de piel más clara. De ahí el “pie pequeño en la cocina”.

Denigrar:

Según el diccionario Michaelis, la palabra significa “hacer negro” o “difamar”. El diccionario se da cuenta de que hay dos formas correctas de deletrear el término: denigrar y denigrar. Ambas palabras, sin embargo, tienen el latín “denigraré” como origen. La expresión es ofensiva porque considera algo negro como negativo.

COSAS QUE NUNCA DEBERÍAS DECIR

Día de blanco:

se desconoce el origen de esta expresión, pero tiene un carácter racista desde el momento en que sugiere que solo los blancos trabajan en serio, trabajan duro.

El color del pecado:

Usualmente usado como un cumplido, la expresión implica que la piel más oscura es más tentadora, representando algo seductor pero negativo. La frase también hace que el color de la piel de las mujeres negras sea exótico y extremadamente sexual.

Color de piel:

desde niño aprendes que el “color de piel” es ese tipo de lápiz rosado medio beige. Pero está claro que el tono no representa la piel de todas las personas, especialmente en un país como Brasil. Según datos del IBGE, el 56 % de los brasileños se declararon negros (negros y marrones) en 2019.

Estampado étnico:

el estampado parece ser, en el mundo de la moda, solo el creado por la mirada eurocéntrica. Cuando el diseño proviene de África o de otra parte del mundo considerada “exótica”, según este punto de vista, se vuelve “étnico”.

COSAS QUE NUNCA DEBERÍAS DECIR

Samba del criollo loco:

título de la samba que satirizó la enseñanza de la Historia de Brasil en las escuelas del país durante la dictadura, compuesta por Sérgio Porto (firmó con el seudónimo de Stanislaw Ponte Preta). Sin embargo, la expresión burlona, que significa confusión o desorden, reafirma un estereotipo y discriminación contra los negros.

Medio cuenco:

los negros que trabajaban a la fuerza en las minas de oro no siempre lograban alcanzar sus “metas”. Cuando esto sucedía, recibían como castigo solo la mitad del cuenco de comida y se ganaron el sobrenombre de “medio cuenco”, que hoy significa algo sin valor y mediocre.

Dar con palo:

expresión originada en los barcos de esclavos. Muchos de los capturados prefirieron morir antes que ser esclavizados y se declararon en huelga de hambre en el cruce entre el continente africano y Brasil. Para obligarlos a alimentarse, se creó un “palo para comer” para arrojar angu, sopa y otros alimentos a la boca.

Negro de rasgos finos:

la misma lógica del blanqueamiento se aplica a la “belleza exótica”, tratando lo que está fuera del blanco y la estética europea como inusual.

COSAS QUE NUNCA DEBERÍAS DECIR

Cabello malo:

cabello “rebelde”, “cabello duro”, “carapinha”, “mafuá”, “piassava” y muchos otros derivados restan valor al cabello afro. Durante varios siglos, provocaron la depreciación del cuerpo y la baja autoestima de las mujeres negras sin el deseado “cabello lacio”. No hace falta decir cuánto se beneficiaron las industrias cosméticas, muchas de ellas originarias de países europeos, del estándar de belleza que excluía a los negros.

La cosa es negra:

el discurso racista se refleja en la asociación entre “negro” y una situación incómoda, desagradable, difícil, peligrosa.

Envidia blanca:

la idea del blanco como algo positivo está incrustada en esta expresión. La intención es aliviar un sentimiento que es malo. “Buena envidia, buena.” ¿Qué quieres decir? No creo que haya ninguna sustitución aquí, ya que sentir envidia es algo que nos consume negativamente. Cámbielo por un cumplido, ¿qué tal eso?

Negro hizo esto, negro hizo aquello:

¿Alguna vez has notado cuántas veces en tu día usas los términos “negro” o “negrito”? Entonces, como alguien que no quiere nada, en algún momento generalizar algo que alguien ha hecho, o hacer que alguien “desconocido” sea el dueño de la acción. Esto es extremadamente grosero y no es cariñoso ni argot; ¡Es una gran ofensa para la comunidad negra!

BLACKPEDIA: ¿QUÉ ES?

Este es un término comúnmente utilizado por hombres y mujeres negros para referirse a situaciones en las que se utilizan como una “enciclopedia humana” para explicar el racismo o la negritud. Un gran ejemplo ocurrió durante las manifestaciones de Black Lives Matter en 2020 en los EE. UU.

En cuestión de días, los DM se llenaron de “¿cuál es exactamente el propósito de estas demostraciones?”, o “¿qué puedo hacer para ayudar?”, a menudo olvidando que toda la situación podría desencadenar dolor, tristeza y vergüenza en el colega negro. Algunas personas negras suelen hablar de racismo, pero eso no significa que tengan que enseñar a una clase sobre el tema siempre que una persona blanca quiera, incluso si quieren hablar de ello todo el tiempo. No es agradable forzar una conversación sobre el tema durante una fiesta, un día laboral o en el chat de Instagram, porque los negros son personas y, como tú, también hablan de viajes, películas, música, vino, política, etc.

PREGUNTAS QUE NO QUIEREN ACALLAR

¿Solo los negros (a) están obligados a hablar de racismo?

La falta de conocimiento general sobre temas raciales en Brasil, el malentendido sobre el lugar del discurso y la representación y el reflejo de la falta de interés genuino por parte de la población blanca suscita (erróneamente) una serie de preguntas a los negros sobre las relaciones raciales y sus consecuencias.

Es muy importante deconstruir la visión esencialista de que solo los negros pueden hablar de racismo, cuando, de hecho, el estudio y la comprensión deberían provenir de los que oprimen. Es decir, de blanco.

PREGUNTAS QUE NO QUIEREN ACALLAR

¿Es preto o negro lo que se habla?

Existe un consenso en Brasil dado por académicos, antropólogos y movimientos sociales que define la palabra negro como la adecuada. Según el IBGE, la población negra en Brasil es la suma de quienes se declaran negros y morenos. Es decir, la palabra negro se usa a menudo en documentos oficiales y académicos. Por otro lado, la palabra negro es cada vez más común entre los brasileños negros y está ganando cada vez más fuerza dentro de los movimientos y colectivos. Más importante que hablar negro o preto es el contexto y el tono de la oración. De todos modos, para ser adecuado, use la palabra negro.

PREGUNTAS QUE NO QUIEREN ACALLAR

Mi casting es todo blanco. ¿Podemos utilizar elementos de la cultura africana?

Trenzas, turbantes, estampados y tantas otras cosas importantes en la cultura africana van mucho más allá de la estética. Representan resistencia y ascendencia. Para utilizarlos en cualquier campaña es necesario mucho estudio, investigación histórica y, por supuesto, un casting (y preferiblemente, el equipo también) compuesto por negros.

PREGUNTAS QUE NO QUIEREN ACALLAR

¿No son las cuotas una forma de reducir la población negra?

Al contrario. El descuido después de la abolición de la esclavitud fue tan grande que las consecuencias aún se notan hoy. Es solo cuestión de verificar que la pobreza, el encarcelamiento y las bajas tasas de educación siguen siendo lideradas por negros. Las cuotas raciales (creadas en 2012 mediante la Ley 12.711) son solo una de las formas de reparación histórica y social para que los descendientes de poblaciones esclavizadas e indígenas puedan ocupar espacios todavía mayoritariamente blancos, como las universidades. Las políticas afirmativas de Wunderman Thompson como el Programa de Equidad Racial 20/20 son un buen ejemplo de cómo es posible romper este círculo de privilegio blanco y crear un movimiento real de inclusión en uno de los mercados más elitistas, que es la publicidad.

PREGUNTAS QUE NO QUIEREN ACALLAR

Un poco alrededor de 20/20

Cuando se lanzó el Programa de Equidad Racial 20/20 en junio de 2017, en asociación con EmpregueAfro, una consultora de RR. HH. y Diversidad Étnico-Racial, el objetivo era llegar a finales de 2020 con el 20% de la fuerza laboral en áreas estratégicas de agencia ocupadas por profesionales negros. La actualización del registro realizada en la agencia, que incluyó preguntas sobre raza, género y orientación sexual, mostró que WT llegó al 24,2% de los negros (negros y pardos) entre los 530 empleados de Wunderman Thompson en junio de 2020. Pero en lugar de celebrar la meta alcanzada antes de la fecha límite, la agencia decidió redefinir el 20/20, que en oftalmología significa “visión perfecta”, sin distorsión. Entonces, en un país como Brasil, con 56% de la población negra, solo es posible tener esta visión perfecta si la sociedad brasileña se refleja en nuestro personal, por lo que la meta del 20/20 se convirtió en llegar al 56% de los profesionales negros en la WT.

PREGUNTAS QUE NO QUIEREN ACALLAR

Conocimiento: el primer paso contra el racismo. ¿Dónde debo buscarlo? ¿Cada tipo de contenido cuenta?

El racismo como agresión verbal / física es solo la punta del iceberg de un importante sistema de opresión. Y, para entenderlo mejor, es necesario estudiar la historia de Brasil desde su colonización.

Este estudio debe hacerse con cuidado y cautela, ya que gran parte de lo que aprendemos en las escuelas sobre la historia de Brasil se ha adaptado para excluir de los registros los orígenes africanos de los negros.

PREGUNTAS QUE NO QUIEREN ACALLAR

Mucha información, ¿verdad? Entonces, ¿por dónde empezar (de la manera correcta)?

Un buen primer paso es ver este video del canal Enraizando, sobre los africanos y las raíces de Brasil: <https://www.youtube.com/watch?v=fGUFWFYx46s>.

Y, en este proceso de aprendizaje, vale la pena conocer algunos autores negros publicados en este enlace: <https://share.wunderman.com/dl/ret2VWGO71>

LUGAR DEL DISCURSO

El concepto de “Hogar de Habla” nació con el objetivo de tipificar los lugares sociales a través de los cuales los individuos existen y se relacionan en la sociedad, mostrando así cuando somos protagonistas o actores secundarios en una discusión. El concepto de lugar del habla no debe confundirse con la representación, ya que se complementan entre sí. Por ejemplo: una persona blanca puede hablar de racismo, equidad racial, desde el lugar de discurso que ocupa, que es el privilegio de la blancura, del blanco privilegiado.

Cabe señalar que el objetivo no es silenciar voces, al contrario. El lugar del discurso propone la discusión sobre el rol social de cada persona dentro de las más variadas discusiones sociales. A diferencia de lo que mucha gente piensa, el término no existe para decir: “de ahora en adelante, solo los oprimidos pueden hablar de su lucha”. Tu papel en esta lucha.

¿Y SI VEO RACISMO EN LA AGENCIA?

Todos, en algún momento, fueron testigos de una actitud racista. Tampoco hace falta esforzarse mucho, que ya es posible recordar al menos una situación. Ya sea en una fiesta familiar, en lugares públicos o en la universidad. En todos los casos, la única forma correcta de actuar es tomar una posición, no permitir que continúe e informar. En el ámbito profesional es lo mismo: no guardes silencio ante un acto racista. Busque a su gerente y recursos humanos.

¿Y CÓMO PUEDO IDENTIFICAR UNA ACTITUD RACISTA? PRESTE ATENCIÓN A LAS ESCENAS A CONTINUACIÓN:

“Bromas” que (obviamente) son comentarios racistas. Querer pagar menos a un profesional independiente o proveedor negro. O peor: pedir que se haga un trabajo gratis “ya que el tema es la equidad racial y tiene que ver con eso, ¿no?”. Siga poniendo excusas para decir que la persona no está lista para ser ascendida. Tan pronto como la compañera de clase salió de la habitación, alguien más hizo un comentario racista sobre su cabello / piel. Siempre le piden a la persona negra de la sala que recoja el café, anote los comentarios de la reunión, entre otras cosas que no forman parte de sus responsabilidades.

Estos son solo algunos de los muchos ejemplos de situaciones que experimentan los profesionales negros aquí mismo en Wunderman Thompson. Entonces, si notas que algo anda mal, cuestionalo. Pon las cartas sobre la mesa y haz que el error cometido por esas personas sea muy obvio. Si no hay al menos una retractación, repórtelo. Hable con gerentes, gerentes de gerentes, hable con recursos humanos. Simplemente no vale la pena dejarlo ir.

¿QUÉ PUEDES HACER PARA CAMBIARLO? PARA EMPEZAR, NO TIENES QUE IR DEMASIADO:

¿Conoces esa apertura en tu equipo? Nombra a una persona negra. ¿No estás seguro de a quién recomendar? Comparta con amigos y personas cercanas a usted que sabrán quién podría encajar perfectamente en el trabajo. Dé un pequeño empujón a los principiantes. Ese colega suyo que es pasante o asistente necesita saber el potencial que tiene. Muéstraselo a él y a sus gerentes. Enseñe lo que sabe y aprenda también. Cuestiona a tus superiores. Hable con ellos sobre la promoción de quienes ya están en el equipo y sobre cómo hacer espacio para más personas de raza negra.

QUIEN DEFINE UNA ACTITUD RACISTA ES LA PERSONA NEGRA

Ah, y no lo olvides: por más que la intención sea buena y la voluntad de ayudar de alguna manera es genuina, es necesario entender que quien sabe y define lo que es una actitud racista es quien la atraviesa.

Lo que para usted es una “broma” o un comentario inocente, como hablar sobre el cabello, la ropa o la apariencia física de alguien, puede ser una ofensa extremadamente dolorosa para la persona a quien se dirigió. Y si esa persona le dice que se sintió ofendida, su papel es escuchar y, más que eso, aprender.

Ser antirracista va mucho más allá de los hashtags en las redes sociales. No es posible sentir en la piel una vida entera de discriminación, pero es posible provocar un cambio. Y necesitan empezar día a día.

¿QUÉ SON LAS MICROAGRESIONES DENTRO DE LA AGENCIA?

Son micro solo de nombre, porque atravesar uno de ellos, seguro, duele mucho más que ese pequeño golpe del meñique en un mueble o el pequeño corte accidental con una hoja de papel.
¿Quieres algunos ejemplos?

¿QUÉ SON LAS MICROAGRESIONES DENTRO DE LA AGENCIA?

Primero, respeta el espacio de todos

Si la colega negra se ha cambiado de cabello, sea con trenzas o con un nuevo corte, actúe con naturalidad; no le toques, quedase preguntando cómo lavarse. ¿Le harías eso a la compañera de clase blanca que tenía el pelo recogido o cortado el flequillo?

“Guau, ¿sois hermanas?”

No tiene sentido disimularlo, porque esta pregunta siempre se hace a los negros que comparten el mismo espacio, simplemente porque son... negros. No es porque realmente se parezcan. Entonces, antes de hacer esta pregunta, ¿qué tal si nos detenemos a pensar si tiene sentido?

¿QUÉ SON LAS MICROAGRESIONES DENTRO DE LA AGENCIA?

“Maldita sea, eres negro, ¿verdad? ¿Conoces a la persona X de esa agencia?”

No es porque una persona sea negra por lo que conoce a todas las demás personas negras del mundo. Pensar que, solo por el color de su piel, están emparentados o se conocen es muy inconveniente y puede poner a una persona negra en situaciones muy incómodas.

“Amo a los negros, incluso voy a los mismos lugares que ellos”

¿Eres blanco y vas a Afropunk? Bonito. Pero, ¿qué estás haciendo por un mundo menos racista? Ir a los lugares más frecuentados por negros es un gran comienzo, pero solo un comienzo. Tampoco sirve de nada ir a Afropunk y después de comentar sobre la agencia: “Fui a Afropunk, pero me sentí un poco mal porque era uno de los pocos blancos”.

¿QUÉ SON LAS MICROAGRESIONES DENTRO DE LA AGENCIA?

No seas una señorita Morello

En referencia a la comedia de situación “Todo el mundo odia a Chris”, que cuenta la infancia del actor Chris Rock (para aquellos que no conocen, aquí hay una pista. Es genial), la profesora del protagonista, Sra. Morello, es blanca y tiene un implacable deseo de ayudar, ser empática y demostrar cuánto comprendes sus dificultades y las de todos los negros, como si todos fueran iguales. Los negros no son todos iguales físicamente o en sus historias de vida.

En el episodio 3, de la tercera temporada, hay un ejemplo muy llamativo de cómo la maestra generaliza a los negros. Al llegar al colegio con el auto de su padre, Chris llama la atención de dos compañeros:

- Hola, Chis. Escuché que vino con la máquina de tu padre. Bueno.
- Hola, Malcolm Piloto X, escuché que viniste con la bañera de tu padre. Bueno.

En la escena del corte, la señorita Morello también elogia:

“– Hola, Chris, escuché que tienes un padre. ¡Genial!”

CÓMO FOMENTAR UNA CULTURA INCLUSIVA PARA LOS NEGROS

El mayor desafío diario es lograr que los negros, históricamente excluidos de los espacios de poder, mejoren su “sentido de pertenencia”. Cuando una persona se une a la agencia, generalmente comienza a vincularse con su equipo. Para empezar, hable con ella, comprenda su contexto de vida, sus orígenes y trayectoria. Trate de no aferrarse al inconsciente colectivo de que los negros son pobres, simplemente pasaron por dificultades. De hecho, de una manera genuina, entable una conversación sin una “construcción” de los negros que por acaso tiene en mente. Los negros no quieren hablar solo sobre racismo o problemas relacionados con cuestiones raciales. Por supuesto en una agencia de publicidad la multitud tiene mucho más que ofrecer. Pero tampoco es para fingir que no pasó nada. Baja la guardia y muéstrate sencillo a una conversación, deja que tus compañeros se sientan libres de hablar sobre lo que creen que es necesario si el tema es racismo.

LA CHARLA ES UN BUEN COMIENZO

¿Sabías que ya existen programas, grupos y asociaciones que se ocupan de la diversidad aquí en la agencia? Programa de Equidad Racial 20/20, Diversidade WT y Café Camélia, realizado en alianza con EmpregueAfro. ¿No?

Así que descúbrelo. ¿Sí? Excelente.

Participa en debates y comparte con tu equipo. Para obtener más información sobre las acciones de WT, envíe un correo electrónico a: diversidad.wtsp@wundermanthompson.com

TOMA LA VISIÓN

¿Recuerdas que decir “es la puerta de entrada a las drogas más pesadas”?
Aquí no es diferente. Participar en “bromas” o callar en estas situaciones es colaborar con el mantenimiento de la estructura y es la puerta de entrada a esta droga que tanto pesa que es racismo, que mata a un joven negro cada 23 minutos. Así que estad atentos, todavía hay mucho que aprender y deconstruir.

“PERO HE CONTRATADO
A UNA PERSONA NEGRA
PARA MI EQUIPO ...”

No sirve de nada contratar a una sola persona negra para que sea parte del equipo compuesto principalmente por personas blancas y pensar que ha resuelto el problema de la falta de representación en su equipo, en su área. Esto también vale para una campaña publicitaria: poner un solo personaje negro en una fiesta en que el resto de los invitados son blancos es tan malo como no tener ninguna persona negra. El nombre de esto es tokenismo, derivado de la palabra token, que significa símbolo en inglés. Y la primera persona en hablar de ello fue Martin Luther King, uno de los principales líderes en la lucha por los derechos civiles de los afroamericanos. En 1962, escribió: “La noción de que la integración simbólica satisfará a la gente es una ilusión. Los negros de hoy tienen un nuevo sentido de quiénes son”.

DESPUÉS DE TODO, ¿CUÁNTOS SON LOS NEGROS EN POSICIONES DE LIDERAZGO?

Volviendo rápidamente a dos preguntas antes mencionadas: Brasil es el país con mayor población negra fuera del continente africano y, aun así, tiene muy pocos negros en posiciones de liderazgo. En números reales, son el 6,3% de la dirección, el 4,7% de la plantilla ejecutiva y el 58% de los aprendices de las 500 empresas con mayores ingresos del país. Es muy importante conocer, apoyar y como agencia desarrollar proyectos que capaciten y alienten a los profesionales afrodescendientes a ocupar puestos de liderazgo para que sean también los referentes del 58% que están iniciando sus trayectorias en el mercado. Un liderazgo diferente aporta un punto de vista diferente a la hora de tomar decisiones y formar equipos, por ejemplo. De hecho, los equipos diversos son más productivos y creativos, la fórmula perfecta para desarrollar trabajos increíbles y, en consecuencia, más rentables para sus empresas.

WOW, PERO HAY UNA DIFERENCIA EN EL TRATAMIENTO ENTRE LAS PERSONAS NEGRAS DE PIEL CLARA ¿Y PIEL MÁS OSCURA?

Pruébalo: piense en las películas y los comerciales que ha estado viendo últimamente. En los pocos donde hay alguna representación, con presencia de negros, ¿tienen la piel más oscura o más clara? Probablemente más claro, con trazos más cercanos al blanco, y este es un problema muy serio. Durante mucho tiempo hubo (y se puede decir que, lamentablemente, todavía existe) el deseo de “aclarar” la piel de la población. Y la principal forma de hacerlo fue a través del mestizaje. Desde el matrimonio de negros con inmigrantes europeos, sus hijos nacieron con la piel más clara, acercándose cada vez más a los blancos y alejándose de sus orígenes africanos. Incluso el “Ah, pero tú eres morena (o)”, dicho como negación evidente cuando una persona se declara negra aun sin tener la piel roja, muestra cuánto tiene hoy sus señales lo que sucedió hace siglos.

NECESITAMOS HABLAR DE COLORISMO EN PUBLICIDAD

Reunión con el cliente para aprobar el casting de la película de la campaña (caso real):

Cliente: “El modelo es bonito, pero muy oscuro. ¿No habría una mujer negra con piel más clara?”

Esta es una buena oportunidad para hablar con el cliente sobre el colorismo o la pigmentocracia, una cara del racismo que trata a las personas de manera diferente según su tono de piel. El colorismo es discriminación basada en el grado de claridad de la piel de la persona negra. Cuanto más oscuro es el color de la piel, mayores son las posibilidades de exclusión social reforzadas por los estereotipos en la percepción de la belleza construidos exactamente por situaciones como la narrada anteriormente. Ya es hora de que usemos la misma propaganda que durante décadas ayudó a crear este tipo de percepción para deconstruir la forma internalizada de racismo que es el colorismo. Y la transformación debe ser más profunda. Necesitamos hablar de personas de color negro azabache, con cabello rizado que no les cae a los ojos, o que usan rastas, o que son gordas o trans.

EN LUGAR DE LOS ESTEREOTIPOS, ELIJA LA REALIDAD PARA SU CAMPAÑA

El papel de la publicidad es perpetuar o transformar la forma en que se representa a las personas negras en la comunicación de marca, ya que ha definido códigos culturales durante décadas y termina reafirmando o impugnando ciertos roles y jerarquías sociales existentes. Es necesario deconstruir en el imaginario colectivo brasileño, por ejemplo, la imagen de la mujer negra hipersexualizada, herencia de un Brasil esclavista. Y esto debe ser considerado en todas las etapas del trabajo, desde la sesión informativa, la creación del guion, la aprobación del casting, hasta la pre y posproducción.

EN LUGAR DE LOS ESTEREOTIPOS, ELIJA LA REALIDAD PARA SU CAMPAÑA

Empiece por desmontar los estereotipos:

Cuestionar si el guion trae la figura de una mujer negra que de alguna manera puede transmitir una imagen sensual, de “brasileña” o algo así. ¿Por qué la mujer negra no puede ser el personaje vegano que hace montañismo sino la chica que se para en la parada del autobús? La escena llama a dos mujeres, una con carácter de ejecutiva y la otra con un estilo más relajado, en jeans y camiseta. ¿Qué papel le darás a la modelo negra? El del ejecutivo del traje. Sí, porque hay mujeres empresarias y ejecutivas negras que forman parte de la audiencia de marca de su cliente y que necesitan verse en los anuncios para querer consumir el producto anunciado. Tenga cuidado de no estigmatizar al hombre negro, poniéndolo como un pícaro o un objeto sexual. Y no olvides que, solo porque es negro, no tiene que aparecer solo como atleta o artista. También hay médicos, abogados y ejecutivos negros en Brasil.

BRASIL NO ES ESCANDINAVIA

Como ya ha visto en este mismo manual, nuestro país tiene el 56% de la población compuesta por negros y morenos. Pero una gran parte de estas personas aún no están representadas en la mayoría de los anuncios brasileños. Ellos retratan a Brasil como si fuera un país escandinavo (región de Europa que engloba a los países de Noruega, Dinamarca y Suecia) donde la mayoría de la población es blanca, rubia y de ojos azules. Al pensar en publicidad, es necesario entender - y reforzar - que la gente negra debe estar en todas partes, representando a todo tipo de consumidores, así como a los blancos. Haga una prueba rápida: piense en la escena de un hombre conduciendo un coche grande o comprando en el centro comercial. ¿Imaginaste un actor blanco? Después re programe la imagen en su cabeza y ponga un actor negro.

QUÉ MÁS NECESITO SABER

¿Qué puede causar el racismo?

Pasar por situaciones de racismo puede desencadenar una serie de factores que perjudican enormemente la salud física y mental de quienes lo padecen. Es una charla seria, presta atención.

* **Síndrome del impostor**

Como siempre se les ha puesto al margen de la sociedad, muchas personas negras, cuando acceden a algunos espacios y se ven a sí mismos como los únicos, tienen la sensación de que no deben ocupar ese espacio o determinadas posiciones.

* **Autoodio**

Los estereotipos racistas, introyectados en la sociedad, crearon una imagen negativa sobre los rasgos negros, incluso entre los mismos negros, lo que ocasionó una falta de autoestima y autoodio.

* **Dependencia química**

Además del odio a uno mismo, el racismo puede generar estrés y agresión, somatizaciones que terminan desembocando en dependencia química y enfermedades psicológicas, como depresión y ansiedad, e incluso suicidio.

PERO SI FUE SOLO UNA VEZ, ¿ES RACISMO?

El racismo no es un hecho o una acción aislados.

Es estructural, algo arraigado en la sociedad. La agresión intencional es la parte más grave, pero no la única: hay otras formas de expresar el racismo, por eso es bueno estar conectado, revisar actitudes, bagajes y concepciones y, por supuesto, cambiar lo que hoy ya no encaja, ¿ok?

¿Y QUÉ HAGO SI SOY VÍCTIMA?

Primero, es importante diferenciar los delitos del racismo y las difamaciones raciales, pero siempre con la convicción de que deben ser advertidos, reprendidos y denunciados.

El delito de racismo consiste en cualquier conducta discriminatoria dirigida a un determinado grupo o colectividad; ocurre cuando una persona se ve impedida o ha violado algún derecho por razón de su etnia; por ejemplo, estar prohibido o tener dificultades para ingresar a un lugar público por ser negro. El delito de racismo está previsto en la Ley 7716/1989 y es imprescriptible, no susceptible de fianza y sancionable con pena privativa de la libertad.

El insulto racial ocurre cuando a una persona se le menosprecia el honor y la moral a través de maldiciones, textos o gestos que contienen elementos de origen étnico-racial, como hemos visto varias veces en los estadios de fútbol, cuando a los jugadores negros se les llama monos. El insulto racial está previsto en el artículo 140, párrafo 30, del Código Penal, que establece la pena de prisión de uno a tres años y multa, además de la pena correspondiente a la violencia, para quienes la cometan.

Si presencié o fui víctima de racismo o insulto, utilice nuestros canales para presentar una denuncia y recibir ayuda para abrir un informe policial en la estación de policía más cercana.

CANALES DE DENUNCIAS

HABLAR CON RR. HH. | HABLA CON EL CEO | HABLA CON WPP