



## PAN-AFRICANISMO ATRAVÉS DE NARRATIVAS PUBLICITÁRIAS: UMA ANÁLISE DE CONTEÚDO DOS GRAND PRIX DO CANNES LIONS 2019

Túlio Rafael dos Santos<sup>1</sup>; Vitor Pachioni Brumatti<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Área de Humanas e Sociais – Centro Universitário Do Sagrado Coração  
[tuiosantos1@gmail.com](mailto:tuiosantos1@gmail.com), [vitor.brumatti@unisagrado.edu.br](mailto:vitor.brumatti@unisagrado.edu.br)

Tipo de pesquisa: Iniciação Científica com bolsa – PIBIC

Agência de fomento: CNPq

Área do Conhecimento: Publicidade e Propaganda

A comunicação publicitária contemporânea é uma via de mão dupla, cada vez mais as marcas precisam ouvir os seus consumidores e se engajar nas suas pautas. Essa tendência é refletida no Cannes Lions de 2019, onde marcas como Nike e Black & Abroad e produtoras AKQA São Paulo e Doomsday Entertainment revisitaram discussões acerca das diversas narrativas que afrodescendentes lidam diariamente, como: identidade, violência e representatividade. O conteúdo nestas produções audiovisuais, refletem, além de uma tendência mercadológica, a visibilidade e relevância que o movimento negro adquiriu, possibilitando que discussões acerca da identidade preta ganhe um novo paradigma e fomenta a identificação, com pautas mais táteis, descolonizadas do pensamento europeu e com alcance viral. Por conta dessas tendências, esta pesquisa se propôs a estudar a inter-relação entre elementos publicitários e causas sociais, a partir de um percurso metodológico de natureza qualitativa, composto pelos métodos de pesquisa bibliográfica e análise de conteúdo. O resultado alcançado evidencia que há mudanças nos moldes que a publicidade utiliza para se referenciar à negritude, assuntos como representatividade, questionamentos de paradigmas sociais e ressignificação da estética fazem parte do resultado encontrado pela investigação. O que está representado aqui é uma de análise à pertinência de peças publicitárias para a construção, descoberta e representação da identidade afro, gerando um panorama atualizado sobre o que está em evidência sobre a temática.

Palavras-chave: Publicidade; Cannes Lions; identidade; negritude; panafricanismo.