PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE DIREITO, COMUNICAÇÃO E NEGÓCIOS
CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA
Mariana Moura de Azevedo

TODAS AS VOZES:
Comunicação para Educação Antirracista

GOIÂNIA
2023

Mariana Moura de Azevedo

TODAS AS VOZES:
comunicação para educação antirracista

Trabalho apresentado à disciplina Trabalho de Conclusão do Curso II, do curso de Publicidade e Propaganda, da Escola de Direito, Negócios e Comunicação, da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Publicidade e Propaganda.

Orientadora: Profa. Me. Adriana Rodrigues Ferreira.

GOIÂNIA
2023

Mariana Moura de Azevedo

TODAS AS VOZES:

Comunicação para Educação Antirracista

Trabalho apresentado à Pontifícia Universidade Católica de Goiás, como parte das exigências para a obtenção do título de bacharel em Publicidade e Propaganda.

BANCA EXAMINADORA

_____

Profa. Me. Adriana Rodrigues Ferreira

Orientadora

_____

Profa. Me. Francielle Felipe Faria de Miranda

Avaliadora

_____

Profa. Dra. Luciana Hidemi Santana Nomura

Avaliadora

Dedico este trabalho em especial às duas mulheres mais importantes da minha vida, minha mãe e minha avó. Sem vocês, nada disso seria possível. Obrigada por toda base e apoio que me proporcionaram para que mais essa etapa fosse concluída.

Uma dedicação também aos meus amigos, que sempre estiveram ao meu lado, e à minha orientadora, que desde o início acreditou em mim, me encorajou e fez com que esse sonho fosse realizado.

“O que me preocupa não é o grito dos maus. É o silêncio dos bons.”

Martin Luther King

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso (TCC) apresenta o desenvolvimento do projeto "Todas as Vozes", um produto comunicacional dedicado à educação antirracista. O capítulo 1 aborda o problema que o projeto busca resolver, seus objetivos e justificativa. No capítulo 2, autores como Oliveira Soares enfatizam a importância das leis de inclusão no combate ao racismo, enquanto Carvalho destaca a eficácia da educomunicação e propaganda social em campanhas como "Diga Não ao Trabalho Infantil". O capítulo 3 destaca recursos essenciais e o cronograma, além de estudos de caso relevantes. O capítulo 4 aborda as etapas cruciais do processo de criação, produção e verificação, destacando ações antirracistas para os alunos da PUC Goiás e apresentando o BrandBook, cartilha educativa antirracista, Instagram do projeto e mockups de brindes.

PALAVRAS-CHAVE: Racismo. Antirracismo. Diversidade. Inclusão. Todas as Vozes.

LISTA DE FIGURAS E TABELAS

Figura 1 - Campanha publicitária combate à violência contra a mulher na Bahia 23
Figura 2 - Imagens de advertência de produtos fumígeros derivados do tabaco 24
Figura 3 - Campanha do Ministério da Saúde em parceria com o Governo Federal "Brasil contra a Dengue" 24
Figura 4 - Campanha Vira Voto 27
Figura 5 - Apartheid/Racisme 28
Figura 6 - Bebedouro separado para pessoas de "cor" 30
Figura 7 - Tia Anastácia, Sítio do Pica Pau Amarelo 32
Figura 8 - Globeleza 33
Figura 9 - Jim Crow, personagem interpretado por Thomas Rice 33
Figura 10 - Adelaide, personagem do programa Zorra Total, interpretada por Rodrigo Sant'Anna 34
Figura 11 - Cartaz criado para o trabalho "Maria Maldita" 38
Figura 12 - Arte criada para campanha "Não me diga isso" 39
Figura 13 - Home do site "O mundo LGBTQIAP+" 39
Figura 14 - Instagram UFBAEMPAUTA 42
Figura 15 - Visão Geral da Cartilha Antirracista 43
Figura 16 - Visão Geral do BrandBook 44
Figura 17 - Visão Geral do Instagram "Todas as Vozes"..... 45
Figura 18 – Página de Acesso ao Download da Cartilha..... 45
Figura 19 – Exemplos de Brindes "Todas as Vozes"..... 46
Figura 20 –Cartazes "Todas as Vozes"..... 46

Tabela 1 - Cronograma de execução do Projeto "Todas as Vozes" 40
Tabela 2 – Orçamento dos produtos do projeto 47

SUMÁRIO

1 APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA 8
1.1 IDENTIFICAÇÃO DO PROBLEMA 8
1.2 PRODUTO PROPOSTO 12
1.3 OBJETIVO DO PRODUTO 15
1.4 JUSTIFICATIVA DA PROPOSTA 16
2 FUNDAMENTAÇÃO DA PROPOSTA 18
2.1 PRINCIPAIS REGULAMENTAÇÕES NACIONAIS DE INCLUSÃO 18
2.2 EDUCOMUNICAÇÃO 19
2.3 PROPAGANDA SOCIAL 21
2.4 DESIGN ATIVISTA 25
2.5 RACISMO E ANTIRRACISMO 28
3 ESTUDO DE VIABILIDADE 37
3.1 RECURSOS NECESSÁRIOS 37
3.2 ESTUDO DE SIMILARES 37
3.3 CRONOGRAMA 40
4 PROCESSO DE CRIAÇÃO, PRODUÇÃO E VERIFICAÇÃO 41
4.1 CRIAÇÃO 41
4.2 PRODUÇÃO 47
4.3 VERIFICAÇÃO 48
RELATO DE EXPERIÊNCIA 50
REFERÊNCIAS 52
APÊNDICE A - BRANDBOOK DO PROJETO TODAS AS VOZES 57
APÊNDICE B - A CAMINHO DA CONSCIÊNCIA: CARTILHA ANTIRRACISTA 98

1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA

1.1 Identificação do Problema

De acordo com o Censo da Educação Superior de 2019, divulgado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP)[1], apenas 23% dos docentes universitários são negros ou pardos, enquanto a população negra, segundo dados do IBGE (2022)[2], representa cerca de 56% da população brasileira. Esses dados demonstram que há uma desigualdade de oportunidades no acesso à carreira docente, o que pode estar relacionado à falta de políticas de diversidade e inclusão nas universidades.

Segundo a analista de conteúdo Fernanda Foggetti (2023)[3], a diversidade abrange a multiplicidade cultural, biológica, étnica e linguística, já a inclusão refere-se à garantia de que essas pessoas sejam representadas de forma equitativa na sociedade, ocupando espaços de poder e tendo seus direitos respeitados.

A realidade de desigualdade de oportunidades pode ser observada dentro do contexto ao qual essa pesquisadora pertence, que é a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás). Embora a universidade se apresente como um espaço de inclusão e diversidade, a realidade analisada em alguns de seus cursos mostra que há muito a ser feito para que essa meta seja alcançada. Um exemplo disso pode ser visto no curso de Publicidade e Propaganda da PUC-Goiás, onde a presença de professores negros ainda é bastante reduzida. De acordo com a pesquisadora que também é aluna do curso, há apenas uma professora negra atuando na área, a Professora Adriana Rodrigues Ferreira.

Ao investigar a trajetória profissional de Adriana, a pesquisadora constatou que ela enfrentou diversas dificuldades para se consolidar como docente na universidade. Além de ter que lidar com preconceitos e estereótipos relacionados à sua cor de pele,

---

[1] Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/brasil/2021/11/4964642-menos-de-3-dos-professores-universitarios-do-brasil-sao-negros.html>. Acesso em: 19 abr. 2023.
[2] Disponível em: < https://g1.globo.com/pr/parana/noticia/2022/11/19/negros-sao-56percent-da-populacao-mas-presenca-na-camara-federal-ainda-nao-chega-a-30percent-representacao-e-necessaria-para-toda-a-sociedade.ghtml> Acesso em: 19 abr. 2023.
[3] Disponível em: < https://www.handtalk.me/br/blog/diversidade-e-inclusao/#:~:text=Enquanto%20a%20diversidade%20se%20refere,na%20sociedade%20de%20forma%20equitativa.> Acesso em: 01 jun. 2023.

ela teve que enfrentar a concorrência acirrada por vagas em um mercado de trabalho extremamente competitivo.

Durante sua graduação na Universidade Federal de Goiás (UFG), a Professora Adriana enfrentou a solidão de ser a única aluna negra em sua turma. Embora no segundo ano tenham ingressado outros três alunos negros estrangeiros de Cabo Verde, a invisibilidade desses estudantes persistia na universidade. Hoje, a Professora Adriana reconhece as atrocidades cometidas pelos professores contra eles, mas naquela época não possuía a maturidade para perceber as situações pelas quais passou. Infelizmente, as pautas levantadas por ela e pelos demais estudantes negros não tinham vez nem voz, uma vez que os professores não lhes permitiam espaço para discussão e debate.

Essa pesquisadora considera que a falta de representatividade na carreira docente tem consequências significativas para os estudantes, especialmente aqueles que pertencem a grupos minorizados. Sem terem acesso a modelos e referências que se assemelhem a eles, muitos estudantes podem sentir-se desmotivados e desestimulados a prosseguir em seus estudos, o que acaba por reforçar as desigualdades existentes.

Um estudo realizado pela Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP)[4] em parceria com a Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), publicado em 2019, apontou que as universidades brasileiras ainda apresentam altos índices de racismo, machismo e LGBTfobia. Os dados mostraram que mais de 80% dos estudantes LGBTQIA+ já foram discriminados na universidade e 72% dos estudantes negros já sofreram discriminação racial.

A pesquisadora tem vivenciado situações de discriminação em diversas escolas e universidades por onde passou ao longo de sua trajetória acadêmica. Infelizmente, esses casos de discriminação têm consequências profundas no bem-estar dos alunos que são alvo desses atos, levando-os a se sentirem rejeitados e envergonhados. Essas experiências negativas muitas vezes resultam em um impacto

[4] Disponível em: <http://150.164.76.10/comunicacao/noticias/grupos-de-pesquisa-da-ufmg-discutem-urgencias-da-luta-antilgbt-fobia>. Acesso em: 07 mai. 2023.

significativo em seu desempenho acadêmico, podendo até mesmo levar à interrupção dos estudos.

A discriminação dentro do ambiente educacional cria um clima hostil e desmotivador, onde os alunos enfrentam dificuldades em se sentir pertencentes e valorizados. O sentimento de exclusão e marginalização prejudica sua autoestima e confiança, gerando um ciclo de desinteresse e desengajamento acadêmico. Muitos alunos podem até abandonar seus estudos completamente, impactando negativamente em seu desenvolvimento pessoal e profissional.

É fundamental que as escolas e universidades adotem medidas efetivas para combater a discriminação e promover um ambiente inclusivo e respeitoso para todos os estudantes e funcionários. Somente através de uma abordagem consistente e abrangente será possível criar um ambiente educacional acolhedor, onde todos se sintam seguros, aceitos e encorajados a perseguir seus sonhos acadêmicos.

Um estudo realizado pela consultoria McKinsey & Company[5] em parceria com a Fundação Dom Cabral e a ONG Olabi, em 2020, mostrou que empresas que investem em comunicação para promoção da diversidade e inclusão têm um desempenho financeiro melhor do que as que não o fazem. Além disso, o estudo também mostrou que a falta de diversidade pode levar a problemas de criatividade, inovação e produtividade.

Atualmente, várias universidades ao redor do mundo estão reconhecendo a importância da promoção da Diversidade e Inclusão (DI) e adotando programas abrangentes nesse sentido. Essas iniciativas têm se mostrado eficazes não apenas na criação de ambientes mais acolhedores, mas também no aprimoramento do rendimento acadêmico dos estudantes.

Um exemplo notável é a Universidade de Stanford, nos Estados Unidos, que implementou o programa "Diversity and Inclusion Innovation Funds"[6]. Esse programa destina recursos financeiros para apoiar projetos que visam promover a diversidade e

[5] Disponível em: <https://diariodocomercio.com.br/gestao/diversidade-ainda-e-desafio-nas-empresas/#gref> Acesso em: 18 abr. 2023.
[6] Disponível em: <https://vpge.stanford.edu/fellowships-funding/diversity-innovation-funds> Acesso em: 07 mai. 2023.

a inclusão em todas as áreas da universidade. Os projetos financiados variam desde iniciativas de recrutamento de estudantes sub-representados até programas de mentoria e suporte acadêmico.

No Brasil, algumas universidades também adotaram espaços para promover a diversidade e inclusão, como por exemplo, a Universidade Federal da Bahia (UFBA). Em um comunicado o reitor João Carlos Salles enfatizou o compromisso da universidade em defender os grupos da população que sofrem discriminação étnica, de gênero ou de orientação sexual. Ele ressaltou que a UFBA é uma instituição científica dedicada ao ensino, pesquisa e extensão, e tem incentivado estudos que contribuíram para o conhecimento e compreensão dessas temáticas. O reitor destacou o grupo de pesquisa Cultura e Sexualidade, vinculado ao Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade.

> A UFBA tem se posicionado firmemente na defesa dos segmentos da população atingidos por discriminações étnicas, de gênero ou de orientação sexual, incentivado estudos que levem ao conhecimento e à compreensão da temática. (SALLES. UFBA manifesta apoio à inclusão de temas de gênero e sexualidade no plano estadual de educação. 2016).[7]

A pesquisadora tem observado que, na PUC Goiás, embora exista alguns programas de extensões como o Programa de Estudos e Extensão Afro-Brasileiro (Pro Afro), Universidade Aberta à Terceira Idade (Unati), Programa Interdisciplinar da Mulher (Pimep), Projeto que busca a inclusão de crianças jovens e adultos com Síndrome de Down (Alfadown) e o projeto que estimula a autonomia dos educandos assistidos (Aprender a Pensar) não há um núcleo específico dedicado à DI. Essa constatação revela a ausência de ações específicas nesse âmbito, o que pode afetar negativamente o ambiente acadêmico e o rendimento dos estudantes.

Essa ausência de ações de promoção da DI nos ambientes da PUC Goiás despertou a atenção da pesquisadora e a motivou a buscar uma proposição que possa responder a essa questão. Ela observou que, muitas vezes, a falta de diálogo efetivo e aberto sobre DI dentro da instituição resulta em um ambiente onde as vozes dos minorizados são silenciadas e suas necessidades são negligenciadas.

---

[7] Disponível em: <https://www.ufba.br/ufba_em_pauta/ufba-manifesta-apoio-%C3%A0-inclus%C3%A3o-de-temas-de-g%C3%AAnero-e-sexualidade-no-plano-estadual-de> Acesso em: 02 jun. 2023.

1.2 Produto Proposto

É entendido que, apesar de representarem a maioria da população, os indivíduos negros ainda enfrentam barreiras sistêmicas e discriminação que afetam seu acesso a oportunidades e seu bem-estar, principalmente dentro de suas vidas acadêmicas.

A sociedade brasileira, rica em diversidade cultural, é composta por uma ampla gama de etnias e origens étnicas. No entanto, apesar dessa riqueza, a desigualdade persiste e se manifesta de maneira acentuada na vida cotidiana da população negra. Dados do MEC e IBGE revelam uma disparidade preocupante, na qual a população negra ainda enfrenta obstáculos significativos em sua busca por justiça social e igualdade de oportunidades. Abaixo podemos ver um trecho retirado do site do Governo Federal onde as jornalistas, Irene Gomes e Mônica Marli falam dessa desigualdade de oportunidades.

> As estatísticas de cor ou raça produzidas pelo IBGE mostram que o Brasil ainda está muito longe de se tornar uma democracia racial. Em média, os brancos têm os maiores salários, sofrem menos com o desemprego e são maioria entre os que frequentam o ensino superior, por exemplo. Já os indicadores socioeconômicos da população preta e parda, assim como os dos indígenas, costumam ser bem mais desvantajosos. (GOMES, I.; MARLI, M. IBGE mostra as cores da desigualdade. 2018).[8]

Embora a população negra represente a maioria no país, 56% segundo o IBGE[9], é fundamental compreender que a representatividade não se traduz automaticamente em equidade. O racismo estrutural é uma realidade latente, permeando instituições[10], práticas sociais e dinâmicas interpessoais. Essa realidade desafiadora exige uma ação conjunta e contínua para romper com os padrões discriminatórios enraizados na sociedade.

De acordo com Silvio Almeida[11], filósofo, advogado e professor universitário, e atual ministro de Estado dos Direitos Humanos e da Cidadania do Brasil, o racismo estrutural refere-se à existência de preconceito e discriminação racial enraizados na

---

[8] Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/21206-ibge-mostra-as-cores-da-desigualdade> Acesso em: 02 jun. 2023.
[9] Disponível em: <https://shre.ink/HVO6> Acesso em 04 jun. 2023.
[10] Disponível em: <https://observatoriodeeducacao.institutounibanco.org.br/em-debate/desigualdade-racial-na-educacao> Acesso em: 02 mai. 2023
[11] Disponível em: <https://confluentes.org.br/2023/01/31/racismo-estrutural-o-que-e-causas-e-consequencias/> Acesso em: 01 mai. 2023.

organização da sociedade, favorecendo uma raça ou etnia em detrimento de outra. Naiara Leite[12], coordenadora executiva do Instituto Odara, afirma que o racismo estrutural molda as relações de poder entre o Estado e a sociedade, perpetuando múltiplas formas de discriminação para preservar os privilégios da branquitude patriarcal.

O professor Rafael Silva[13] destaca que o racismo é uma consequência evidente da estrutura social sobre a qual a sociedade brasileira foi construída. Ele afirma que o racismo está presente no inconsciente coletivo e se manifesta nas relações pessoais, nas políticas públicas e nas desigualdades econômicas. Segundo Silva, o racismo estrutural permeia a vida cotidiana de forma generalizada, tornando-se parte “normal” do cotidiano em todas as suas dimensões.

A promoção da pluralidade e equidade em uma universidade é uma questão fundamental para a construção de um ambiente acadêmico mais igualitário e saudável. Para alcançar esse objetivo, é necessário adotar estratégias de comunicação eficazes, que ajudem a conscientizar e engajar estudantes, docentes e funcionários em torno da importância da diversidade.

Uma das principais estratégias de comunicação para realizar essa promoção em uma universidade é a realização de campanhas de conscientização. Essas campanhas podem ser veiculadas em diferentes canais, como mídias sociais, murais, cartazes e eventos acadêmicos, e devem abordar temas relevantes para a promoção da multiplicidade, como raça, gênero, orientação sexual, religião e deficiência.

O projeto "Todas as Vozes" aqui proposto trabalha para transformação social, promovendo a educação antirracista em ambientes empresariais, acadêmicos e escolares. Em parceria com instituições, buscamos construir ambientes inclusivos, equitativos e livres de discriminação racial.

Almejamos inspirar mudanças reais na maneira como as pessoas encaram o tema do racismo. Valorizamos a diversidade étnica e, através do diálogo e da

[12] Disponível em: <https://confluentes.org.br/2023/01/31/racismo-estrutural-o-que-e-causas-e-consequencias/> Acesso em: 01 mai. 2023..
[13] Disponível em: <https://confluentes.org.br/2023/01/31/racismo-estrutural-o-que-e-causas-e-consequencias/> Acesso em: 01 mai. 2023..

compreensão, aspiramos criar um ambiente onde todas as vozes sejam não apenas ouvidas e possam se pronunciar, mas genuinamente valorizadas e respeitadas.

Com base nos valores de igualdade e inclusão, o produto proposto buscará criar um impacto positivo, utilizando-se do poder da comunicação para combater o racismo. Diante disso, o mesmo utilizará de ferramentas aliadas, a educomunicação e o design ativista.

Serão brevemente abordados abaixo os conceitos de design ativista e educomunicação, sendo que posteriormente, no capítulo 2 (Embasamento científico que fundamenta a proposta), os mesmos serão explorados de maneira mais aprofundada. Sobre educomunicação Ismar Soares explica:

> A Educomunicação é entendida pela ABPEducom como um paradigma orientador de práticas sócio-educativo-comunicacionais que têm como meta a criação e fortalecimento de ecossistemas comunicativos abertos e democráticos nos espaços educativos, mediante a gestão compartilhada e solidária dos recursos da comunicação, suas linguagens e tecnologias, levando ao fortalecimento do protagonismo dos sujeitos sociais e ao consequente exercício prático do direito universal à expressão.” (SOARES, 2023)[14].

Já o design ativista, é uma abordagem do design que busca utilizar seus conhecimentos e práticas para promover mudanças sociais, políticas e ambientais positivas. Através do engajamento ativo e crítico, os designers ativistas brasileiros buscam solucionar problemas e desafios enfrentados pela sociedade, utilizando o design como uma ferramenta de transformação e empoderamento. Abaixo Josiane Vieira Garotti, historiadora formada pela Universidade Federal de São Paulo conta que:

> O coletivo Design Ativista nasceu em 2018, motivado pelo sentimento de insatisfação com a realidade do país entre designers de todo Brasil, e como uma forma de transformar a insatisfação política em ações, a união entre a Mídia Ninja, uma mídia jornalística de cunho sociopolítico e identitária, e a IdeaFixa, um portal de curadoria e colaboração de artes visuais no Brasil, contou com a participação de mais de 100 designers, resultando em um grupo no Facebook, com um nome sugestivo a quem quisesse participar: "Design Ativista para quem não aguenta mais". (GAROTTI, 2023, p.20)[15]

---

[14] Disponível em: <https://abpeducom.org.br/educom/conceito/#:~:text=A%20Educomunica%C3%A7%C3%A3o%20%C3%A9%20entendida%20pela,dos%20recursos%20da%20comunica%C3%A7%C3%A3o%2C%20suas> Acesso em: 02 jun. 2023.

[15] Disponível em: <https://repositorio.unifesp.br/handle/11600/66703> Acesso em: 01 jun. 2023.

Através de uma abordagem multidimensional e inclusiva, este produto pretende sensibilizar, educar e engajar estudantes e funcionários da PUC Goiás. Será buscado construir pontes de empatia, estimulando reflexões críticas e promovendo diálogos construtivos para o avanço da igualdade racial.

Serão utilizados diferentes canais e estratégias de comunicação para promover a diversidade e inclusão na universidade. O projeto irá incluir a criação de uma identidade visual para o projeto, conteúdos de comunicação como cartilhas educativas, que podem envolver a divulgação de histórias de vida inspiradoras e a celebração de datas importantes relacionadas à diversidade, postagens em redes sociais, cartazes, banners e brindes, que abordem a importância da pluralidade e equidade na universidade. Além disso, serão propostas ações de sensibilização, treinamentos e eventos que promovam o diálogo, a compreensão e a valorização das diferenças na comunidade acadêmica.

Ao criar esse projeto de comunicação antirracista, é entendido que é possível estimular ações concretas e conscientizar a comunidade sobre a importância de abraçar a diversidade étnica.

1.3 Objetivo do Produto

O projeto "Todas as Vozes" têm como objetivo geral promover a conscientização, a reflexão e a ação contra o racismo na comunidade acadêmica da PUC Goiás. A pesquisadora busca comunicar para um ambiente inclusivo, equitativo e livre de discriminação racial, onde todas as vozes sejam valorizadas e respeitadas. Além disso, é almejado estimular a reflexão crítica sobre o racismo e suas implicações na sociedade, incentivando a adoção de comportamentos antirracistas. Como objetivos específicos, são buscados:

- Sensibilização e conscientização: Promover a sensibilização de estudantes, professores e funcionários da PUC Goiás sobre a importância da luta contra o racismo e suas manifestações no cotidiano. Isso será alcançado por meio de campanhas de comunicação que envolvam a divulgação de histórias inspiradoras, estatísticas e informações relevantes sobre o racismo, bem como a celebração de datas importantes relacionadas à diversidade e à equidade racial.
- Valorização da diversidade e equidade: Valorizar a pluralidade étnica e promover a equidade racial na universidade, por meio da criação de uma identidade

visual para o projeto, cartilhas educativas, postagens em redes sociais, cartazes, banners e brindes que representem a diversidade e a inclusão.

- Diálogo e compreensão: Promover o diálogo, a compreensão e a valorização das diferenças na comunidade acadêmica, por meio da realização de ações de sensibilização, treinamentos e eventos relacionados ao tema do antirracismo. Essas atividades visam criar espaços de discussão e reflexão, estimulando a empatia e a compreensão mútua, além de fomentar a construção de uma cultura institucional inclusiva e antirracista.
- Mudança de comportamento: Estimular a adoção de comportamentos antirracistas na comunidade acadêmica, incentivando a reflexão crítica sobre os próprios preconceitos e privilégios, e promovendo ações concretas de combate ao racismo. O Projeto "Todas as Vozes" busca inspirar mudanças reais na forma como as pessoas se relacionam e se posicionam diante do tema do racismo, contribuindo para a construção de uma sociedade mais justa e igualitária.

Por meio desses objetivos gerais e específicos, o projeto busca não apenas comunicar sobre o combate do racismo na PUC Goiás, mas também conscientizar para que os indivíduos dessa comunidade promovam um ambiente acadêmico inclusivo, diverso e antirracista, onde todas as pessoas possam se sentir valorizadas e respeitadas, independentemente de sua origem étnica.

1.3 Justificativa da Proposta

Que tal os filhos de vocês daqui 8-10 anos encontrarem uma universidade com uma linguagem mais preparada e adequada para diversidade? Ainda que eles não enfrentem na pele qualquer ambiente de grupos minorizados, torná-los pessoas mais sensíveis a dor do outro me parece o correto a se fazer.

O projeto não propõe um ambiente puramente de punição, ele vai muito além. Já que estamos dentro de uma instituição de ensino eu proponho uma comunicação em que muitas vezes se fará necessário constrangimentos pedagógicos, em busca de um ecossistema de pessoas mais conscientes e dispostas a abraçarem causas diversas. Diante disso, decidi criar o projeto “Todas as Vozes”.

De maneira simplificada, o “Todas as Vozes” busca trazer para o dia a dia a percepção de um ambiente de desigualdade de oportunidades às pessoas de grupos minorizados. A primeira etapa da proposta, que será apresentada nos capítulos deste

trabalho, vai tratar da desigualdade racial preta, mas esse projeto não pode parar por aqui. Essa pauta é apenas a abertura para outros temas ligados a grupos minorizados. Sejam eles pessoas com deficiência, mulheres, mães solo, sêniors, comunidade LGBTQIAPN+ e outros.

Para a pesquisadora, este projeto representa uma oportunidade de aprofundar seus conhecimentos no campo da comunicação e contribuir para a promoção da diversidade e inclusão na PUC Goiás. Ao explorar o tema, ela poderá desenvolver habilidades de pesquisa, análise crítica e elaboração de estratégias de comunicação inclusiva. Além disso, o projeto permitirá que ela adquira uma compreensão mais abrangente sobre as questões de diversidade, equidade e inclusão, aprimorando sua visão como futura profissional e agente de mudança.

A pesquisa tem uma importância relevante para a PUC Goiás, pois busca fomentar um ambiente acadêmico inclusivo e diverso. Ao investigar as práticas de comunicação existentes na instituição e propor estratégias de promoção da diversidade, a universidade poderá identificar lacunas e oportunidades de aprimoramento. A implementação de uma comunicação mais inclusiva contribuirá para o fortalecimento do ambiente acadêmico, valorizando a diversidade de pensamentos, culturas e experiências dos estudantes, professores e demais membros da comunidade universitária.

O projeto tem implicações mais amplas para a sociedade, pois a promoção da diversidade e inclusão é um tema de relevância social e impacto direto na construção de uma sociedade mais justa e igualitária.

Ao adotar uma abordagem comunicacional inclusiva, a PUC Goiás assumirá um papel de liderança no cenário educacional, disseminando valores de respeito, valorização da diversidade e combate à discriminação. Essa postura contribuirá para a formação de profissionais mais conscientes, empáticos e preparados para atuar em um mundo cada vez mais diverso.

2. FUNDAMENTAÇÃO DA PROPOSTA

Neste capítulo serão abordados temas fundamentais que sustentam a proposta em questão. São eles: principais regulamentações nacionais de inclusão, educomunicação, propaganda social, design ativista, racismo e antirracismo.

Ao explorar esses temas busca-se fornecer uma estrutura teórica consistente e relevante para embasar a proposta em estudo, compreendendo a interseção entre os mesmos, e suas implicações na sociedade contemporânea.

2.1 Principais regulamentações nacionais de inclusão

O enfrentamento das questões raciais é respaldado por um sólido arcabouço legal no Brasil, cujo objetivo é promover a igualdade racial e combater o racismo. É importante discutir a contribuição de algumas leis, que são significativas e que desempenham um papel crucial na promoção da educação antirracista.

A Lei 7.716/89[16], por exemplo, define o preconceito de raça e cor como crime. Ela estabelece a importância de não apenas reconhecer, mas também punir atos de racismo, reforçando que o preconceito étnico-racial não é apenas algo politicamente incorreto, mas sim um crime. Essa lei desempenha um papel fundamental ao destacar que o racismo não é apenas um desrespeito, mas também uma ameaça à harmonia e à justiça na sociedade.

Outra lei relevante é a Lei 14.532[17], que criminaliza a injúria racial. Ela atua como um complemento à Lei 7.716/89, reforçando a ideia de que atos discriminatórios de caráter racial não serão tolerados e terão consequências legais significativas.

O Estatuto da Igualdade Racial (Lei 12.288/10[18]) desempenha um papel importante na promoção da igualdade racial em diversos setores, incluindo a educação. Esse estatuto reconhece a necessidade de ações afirmativas para superar desigualdades históricas e estabelece diretrizes para políticas públicas voltadas para a promoção da igualdade racial.

---

[16] Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l7716.htm>. Acesso em: 22 set. 2023.
[17] Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/lei/l14532.htm>. Acesso em: 22 set. 2023.
[18] Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12288.htm>. Acesso em: 22 set. 2023.

A Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (Lei 12.796[19]) também é crucial, uma vez que introduz a diversidade étnico-racial no ensino. Isso significa que as escolas devem abordar temas relacionados à diversidade racial em seus currículos, promovendo uma educação que valoriza a pluralidade étnica e cultural do país.

Essas leis desempenham um papel fundamental não apenas ao reconhecer a gravidade do racismo, mas também ao estabelecer uma sólida base legal para combater suas manifestações. Elas ressaltam que o preconceito étnico-racial não é uma questão apenas de âmbito individual; ele representa uma ameaça à coesão social e à justiça em nossa sociedade.

É imprescindível destacar que essas políticas públicas não são apenas um conjunto de regulamentações distantes, mas sim ferramentas poderosas que impulsionam o desenvolvimento do projeto 'Todas as Vozes' na PUC Goiás. Ao apoiar-se nesse robusto arcabouço legal, o projeto não apenas se dedica à promoção de uma educação antirracista, mas também desempenha um papel vital na construção de uma sociedade mais justa e igualitária, onde o respeito à diversidade étnico-racial é inegociável.

A existência dessas normas legais não apenas representa uma valiosa fonte de conhecimento, mas também constitui um conteúdo relevante que pode ser cuidadosamente explorado dentro do escopo deste projeto. Um dos objetivos do Todas as Vozes é criar produtos comunicacionais que possam instruir a comunidade acadêmica sobre a importância dessas leis. Dessa forma, a educomunicação emerge como uma ferramenta indispensável para alcançar este nobre objetivo, capacitando indivíduos a se tornarem agentes de mudança conscientes e comprometidos com a promoção da equidade racial.

2.2 Educomunicação

A educomunicação é uma abordagem pedagógica que visa integrar a educação e a comunicação, utilizando os meios de comunicação como ferramentas para potencializar o processo de ensino-aprendizagem. Ela busca promover a participação

[19] Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/l12796.htm>. Acesso em: 22 set. 2023.

ativa dos alunos, estimulando o desenvolvimento de habilidades de leitura crítica da mídia, o acesso à informação, a expressão criativa e o protagonismo dos estudantes.

De acordo com Ismar de Oliveira Soares, um dos principais teóricos da educomunicação, essa abordagem envolve "o desenvolvimento de processos educativos que valorizem a comunicação, a cultura e a tecnologia como elementos essenciais para a participação dos sujeitos e para o exercício pleno da cidadania" (SOARES, 2008). Ela reconhece a importância dos meios de comunicação na sociedade contemporânea e busca utilizar essa influência de forma consciente e crítica no contexto educativo.

A educomunicação tem como objetivo principal promover uma educação mais participativa e democrática, em que os alunos se tornam protagonistas do seu próprio aprendizado. Ela valoriza a produção de conteúdo pelos próprios estudantes, permitindo que eles se expressem, compartilhem conhecimentos e experiências, e se tornem produtores ativos de mídia. Isso ocorre por meio de atividades como a criação de jornais escolares, produção de vídeos, podcasts, blogs e outros meios de comunicação.

Ao criar um jornal escolar, por exemplo, os alunos são desafiados a desenvolver habilidades de pesquisa, redação, edição e layout. Eles aprendem a buscar informações, verificar a veracidade das fontes, sintetizar conteúdos e apresentá-los de forma clara e atrativa. Além disso, o jornal escolar estimula a reflexão crítica sobre os conteúdos midiáticos e a compreensão do papel do jornalismo na sociedade. Soares destaca que "o jornal na escola é um espaço pedagógico de formação para a cidadania" (SOARES, 2002).

A produção de vídeos educativos também é uma prática comum na educomunicação. Os alunos podem trabalhar em equipe para pesquisar, roteirizar, filmar e editar vídeos sobre temas relevantes para sua comunidade escolar ou local. Essa atividade estimula a criatividade, a colaboração e o pensamento crítico dos estudantes, ao mesmo tempo em que desenvolve competências digitais e habilidades de comunicação. Conforme ressalta Soares, "o vídeo se converte num meio eficiente de expressão e de construção de conhecimento" (SOARES, 2002).

Além disso, a educomunicação também se preocupa com a formação de leitores críticos e conscientes. Os estudantes são estimulados a analisar os conteúdos midiáticos com uma postura reflexiva, questionando os discursos, identificando vieses e compreendendo os diferentes contextos de produção e recepção da informação.

Essa habilidade é essencial em uma sociedade permeada pelos meios de comunicação, em que a capacidade de interpretar e avaliar as mensagens que nos cercam é fundamental.

Através da mesma, os alunos são incentivados a se tornarem cidadãos ativos, críticos e criativos, capazes de utilizar a comunicação e a mídia de forma consciente e responsável. Ao desenvolver competências comunicativas, digitais e midiáticas, eles se tornam mais preparados para enfrentar os desafios da sociedade contemporânea, onde a comunicação é cada vez mais presente e influente em todos os aspectos da vida.

Em resumo, a educomunicação, conforme abordada nos livros de Soares, representa uma abordagem pedagógica que busca integrar a educação e a comunicação, utilizando os meios de comunicação como recursos pedagógicos para potencializar o aprendizado. Ela valoriza a participação ativa dos estudantes, a reflexão crítica sobre a mídia, a produção de conteúdo e o desenvolvimento de competências comunicativas e digitais. Ao promover uma educação mais participativa e democrática, a educomunicação contribui para a formação de cidadãos críticos, conscientes e preparados para atuar na sociedade atual.

2.3 Propaganda Social

A propaganda social[20] é uma estratégia de comunicação voltada para a promoção de causas sociais, buscando sensibilizar e mobilizar o público em relação a questões de relevância para a sociedade. Ela utiliza técnicas e recursos da propaganda tradicional, adaptando-os para transmitir mensagens que visam gerar mudanças comportamentais, promover a conscientização e incentivar a participação em ações sociais.

No Brasil, há diversos casos de propaganda social que tiveram um impacto significativo na conscientização e mobilização da população em relação a questões sociais. Um exemplo emblemático é a campanha "Diga Não ao Trabalho Infantil"[21], promovida pelo Ministério Público do Trabalho. Essa campanha teve como objetivo

[20] Disponível em: <https://www.significados.com.br/propaganda/#:~:text=Propaganda%20social&text=%C3%89%20onde%20a%20atua%C3%A7%C3%A3o%20se,outros%20itens%20para%20determinadas%20institui%C3%A7%C3%B5es.> Acesso em: 01 jun. 2023

[21] Disponível em: <https://naoaotrabalhoinfantil.org.br/> Acesso em 01. jun. 2023.

alertar sobre a exploração do trabalho infantil e conscientizar a sociedade sobre os direitos das crianças. Utilizando peças publicitárias veiculadas na TV, rádio, internet e outros meios, a campanha trouxe uma mensagem impactante e mobilizou a sociedade para combater essa prática.

Outro exemplo é a campanha "Todos Juntos Contra a Dengue"[22], realizada pelo Ministério da Saúde em parceria com governos estaduais e municipais. Essa campanha teve como objetivo conscientizar a população sobre a importância da prevenção e do combate ao mosquito Aedes aegypti, transmissor da dengue, Zika[23] e Chikungunya[24]. Utilizando diferentes meios de comunicação, como comerciais de TV, spots de rádio, outdoors e redes sociais, a campanha buscou informar e engajar a população na luta contra o mosquito.

Um dos aspectos importantes da propaganda social é a sua capacidade de influenciar positivamente o comportamento das pessoas. Como destaca Carvalho (2008)[25], a propaganda social "tem como objetivo mudar comportamentos, atitudes e crenças em relação a problemas sociais, encorajando ou desencorajando determinadas ações". Ela busca criar uma conexão emocional com o público, despertando sentimentos de empatia, solidariedade e responsabilidade social.

A propaganda social também pode se utilizar de campanhas que abordam temas como saúde pública, meio ambiente, segurança no trânsito, inclusão social, entre outros. Por exemplo, a campanha "Não Engula o Choro"[26], do Instituto Alana, tem como objetivo alertar sobre os impactos negativos da publicidade direcionada para crianças e promover uma infância mais saudável e livre de consumismo. A campanha utiliza recursos audiovisuais e digitais para sensibilizar pais, educadores e a sociedade em geral sobre os riscos da publicidade infantil excessiva.

No entanto, é importante ressaltar que a propaganda social deve ser ética e responsável. Ela deve ser baseada em evidências, informações precisas e confiáveis. Além disso, é essencial que a propaganda social seja transparente sobre seus objetivos e fontes de financiamento, evitando a manipulação ou a distorção da informação.

---

[22] Disponível em: <https://www.pereiras.sp.gov.br/noticia/2159/todos-juntos-contra-a-dengue> Acesso em: 01 jun. 2023

[23] Arbovirose que está associada a complicações neurológicas.

[24] Doença viral caracterizada por febre alta e dores articulares intensas.

[25] CARVALHO (2008). Publicidade e Propaganda Social. Revista Científica FAP, v. 5, n. 1, p. 43-60.

[26] Disponível em: <https://www.justica.pr.gov.br/Pagina/Campanha-Nao-Engula-o-Choro-2018> Acesso em 01 jun. 2023.

A propaganda educativa é uma ramificação da propaganda social que tem como objetivo principal informar, educar e conscientizar o público sobre determinados temas, visando promover mudanças comportamentais e disseminar conhecimento útil. Ao contrário da propaganda comercial, que busca promover produtos ou serviços para gerar vendas, a propaganda educativa tem um propósito mais amplo e busca impactar a sociedade como um todo. (Conforme é representado nas figuras 1 e 2)

Figura 1 – Campanha publicitária combate à violência contra a mulher na Bahia

Fonte: Gov.br[27]

[27] Disponível em: < https://www.gov.br/mdh/pt-br/navegue-por-temas/politicas-para-mulheres/arquivo/area-imprensa/ultimas_noticias/2012/03/16-03-campanha-publicitaria-reforca-combate-a-violencia-contra-a-mulher-na-bahia-marco-mulher> Acesso em: 29 mai. 2023.

Figura 2 – Imagens de advertência de
produtos fumígeros derivados do tabaco

Fonte: Governo do Estado do Rio de Janeiro[28]

A propaganda educativa utiliza técnicas de comunicação persuasiva para transmitir mensagens educacionais de forma clara, acessível e atrativa. Ela pode abordar uma variedade de temas, como saúde, meio ambiente, segurança, educação, cultura, cidadania, entre outros. Seu objetivo é informar e conscientizar as pessoas, levando-as a adotar comportamentos mais saudáveis, seguros e sustentáveis.

Essa forma de propaganda geralmente é utilizada por organizações governamentais, ONGs, instituições de ensino, agências de saúde (como na figura 3) e outras entidades que buscam promover o bem-estar social. Ela pode ser veiculada em diferentes mídias, como televisão, rádio, internet, jornais, revistas, cartazes e materiais impressos, com o intuito de atingir um público amplo e diversificado.

Figura 3 – Campanha do Ministério da Saúde em parceria
com o Governo Federal “Brasil unido contra a dengue”

Fonte: Guia Medianeira[29]

[28] Disponível em: <https://www.saude.rj.gov.br/vigilancia-sanitaria/cidadao-voce-sabia/2017/12/cigarros-terao-novas-imagens-de-advertencia> Acesso em: 29 mai. 2023.

[29] Disponível em:
< http://www.guiamedianeira.com.br/noticia/487/Mortes+por+dengue+aumentam+quase+90+neste+ano,+informa+ministerio> Acesso em 27 mai. 2023.

A propaganda educativa pode adotar diferentes abordagens e estratégias para alcançar seus objetivos. Ela pode apresentar informações objetivas e baseadas em evidências científicas, utilizar recursos visuais impactantes, apelar para emoções, contar histórias inspiradoras ou transmitir mensagens positivas e motivadoras. Além disso, pode envolver a participação ativa da comunidade-alvo, promovendo a interação e o engajamento dos indivíduos na disseminação dos conhecimentos e valores educativos.

2.4 Design Ativista

A palavra “ativismo” vem do latim “aquele que age”, que se remete ao desejo de mudar, tomar atitude e fazer algo. Para entender o design ativista, primeiro é necessário saber o que é ser um designer ativista. Morena Meireles[30], designer de produto e uma das integrantes do movimento “Design Ativista”[31] destaca que, ser designer ativista vai além da mera exclusão de conteúdos preconceituosos e opressores. Envolve a responsabilidade de utilizar sua arte e habilidade para transformar a sociedade e a política que estão inseridos. Alburquerque (2018, *apud* RONSONI, 2022, p. 5) afirma que o design ativista surge como um meio para alterar significados, criar novas identidades e símbolos que desencaminham códigos dominantes e “levantam infinitas possibilidades de resistência anti-sistêmica.” O design ativista busca ampliar pautas de discussão, trabalhando em movimentos sociais e causas importantes, para que seja possível compreender as articulações existentes dentro de uma sociedade.

O design gráfico, quando entendido como uma ferramenta de comunicação, age como forma de expressão e serve como um canal entre mensagem e público (RONSONI, 2022, p.1). Nesse contexto social, político e cultural, o design agirá como um agente transformador de significados, que servirá como instrumento para questionar o modo de viver e o sistema que se vive.

[30] Disponível em: <https://midianinja.org/morenameireles/designer-ativista-eu/> Acesso em: 27 abr. 2023.
[31] Manifesto visual colaborativo que nasceu em 2018.

Segundo o texto publicado no site do Mídia Ninja[32], por Meireles (2021) o design ativista é uma abordagem do design que busca promover mudanças sociais, políticas e ambientais por meio da criação de soluções visuais e projetos engajados. Essa prática utiliza elementos de design para conscientizar, inspirar e mobilizar pessoas em relação a questões importantes e urgentes.

O mesmo pode abordar uma ampla gama de questões, como direitos humanos, igualdade de gênero, proteção ambiental, saúde pública, entre outros. Pode ser aplicado em diversos formatos, como cartazes, logotipos, campanhas publicitárias, interfaces digitais, instalações artísticas e até mesmo produtos físicos. É preciso reforçar que o design de protesto se fixa como um contestador, uma arte que terá o papel de questionar e enfrentar o sistema vigente.

Um exemplo concreto de design ativista no Brasil é o movimento “Design Ativista” do Mídia Ninja, que se trata de um movimento voluntário e sem fins lucrativos que reúne designers de várias áreas para trabalhar em projetos sociais. O movimento aborda temas como política, meio ambiente, feminismo e conecta ativistas de diferentes movimentos que não têm o design como ferramenta de trabalho.

Os designers dedicam seu tempo em prol das causas que acreditam, seja construindo eventos, produtos digitais (como da figura 4) ou utilizando metodologias que visam “hackear o sistema”. O movimento opera de forma coletiva, sem concorrência, utilizando ferramentas de código aberto e sem uma pessoa dona do projeto.

[32] Disponível em: <https://midianinja.org/morenameireles/designer-ativista-eu/> Acesso em: 04 mai. 2023.

Figura 4 – Campanha Vira Voto

Fonte: Instagram (@viravoto)[33]

O design ativista pode ser encontrado nas redes sociais como uma forma de disseminar o discurso e influenciar discussões políticas, sociais e culturais, uma vez que essas possuem um poder imensurável de manifestação. Martino afirma que “as discussões online têm o potencial para gerar atitudes e ações no mundo físico.” (MARTINO, 2014, p. 58).

Outro exemplo bem conhecido de design ativista é o movimento de design gráfico durante o Apartheid na África do Sul (1948). Naquela época, o regime de segregação racial era amplamente adotado pelo governo sul-africano, reprimindo a maioria negra e violando seus direitos humanos. Os designers gráficos, juntamente com ativistas políticos e sociais, usaram seu talento e habilidades para criar peças visuais impactantes que denunciavam e combatiam o Apartheid.

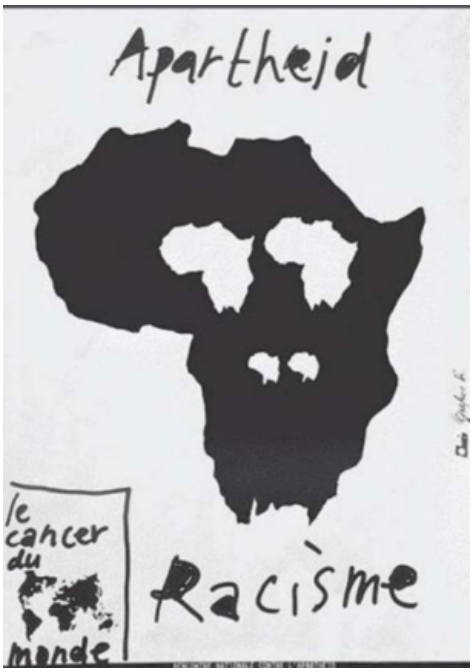
Esses designers usaram cartazes, panfletos, adesivos e outros materiais impressos para transmitir mensagens de igualdade, liberdade e justiça. Eles empregaram cores, imagens e tipografias poderosas para chamar a atenção, despertar emoções e estimular a ação. O design ativista desempenhou um papel fundamental na conscientização internacional sobre o apartheid e na pressão por mudanças na África do Sul.

(Na figura 5) mostra um pôster que se popularizou muito durante esse movimento. A obra “Apartheid/Racisme” foi criada por um grupo de artistas gráficos franceses “Grapus”, em 1986, com a proposta de combinar excelência em design com

[33] Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CjeAXuULroc/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRlODBiNWFlZA==> Acesso em: 25 mai. 2023.

consciência social, o coletivo buscou transmitir uma mensagem antirracista por meio dessa obra. O pôster apresenta uma imagem impactante de um crânio moldado no formato do continente africano. As cavidades oculares e nasais seguem a mesma forma, criando um efeito de mapa dentro de um mapa. O design destaca a ausência da mandíbula inferior do crânio, sugerindo de forma contundente que foi violentamente arrancada.

Figura 5 – Apartheid/Racisme



Fonte: Grapus, (1986)[34]

Em suma, o design ativista é uma prática que utiliza a linguagem do design para comunicar e promover mudanças sociais, políticas e ambientais. Ele aproveita o poder das soluções visuais para despertar consciência, incitar ação e inspirar o público a se envolver em causas relevantes e urgentes.

2.5 Racismo e Antirracismo

O racismo, fenômeno social complexo e arraigado, é uma realidade que afeta pessoas em todo mundo ao longo da história. Para compreendê-lo em sua totalidade,

[34] Disponível em: <https://natashaward11.wordpress.com/tag/racisme/> Acesso em: 28 mai. 2023.

é fundamental abordar não apenas sua definição, mas também sua evolução histórica e as manifestações do racismo estrutural.

O Conceito de racismo[35] refere-se a uma ideologia que acredita na superioridade de determinados grupos étnicos, levando à discriminação e marginalização com base na raça de origem. É crucial destacar que, segundo a lei 7.716/89, o preconceito de cor e raça é considerado crime.

Historicamente, o racismo assumiu diversas formas em diferentes regiões do mundo. Nos países africanos, onde a diversidade étnica é rica e variada, o racismo muitas vezes assumiu a forma de preconceito interétnico. Diversos grupos étnicos coexistem no continente africano, e conflitos surgiram ao longo dos anos devido a disputas por recursos, território e poder[36]. No entanto, é essencial destacar que o racismo africano também foi alimentado pela interferência colonial europeia, que exacerbou divisões étnicas e contribuiu para a exploração de nações africanas.

Na Europa, o racismo tomou várias formas ao longo da história. Durante a era colonial, as potências europeias exploraram e colonizaram vastas áreas do mundo, frequentemente considerando-se superiores às populações nativas. Isso resultou em um racismo imperialista que "justificava" a dominação e exploração de povos colonizados.

As chamadas leis Jim Crow nos Estados Unidos e o Apartheid na África do Sul exemplificam a institucionalização do racismo, resultando em profundas desigualdades e injustiças. Essas leis impunham a segregação racial, com a separação de brancos e negros em espaços públicos, negando a igualdade de direitos. Essa forma de racismo sistêmico resultou em inúmeras injustiças e desigualdades para a população negra, com efeitos duradouros até os dias de hoje (REY, 2023)[37].

Abaixo (na figura 6) é possível ver uma foto onde o bebedouro é dividido entre "pessoas de cor" e pessoas brancas, exemplificando essa segregação racial nos Estados Unidos.

---

[35] Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/sociologia/racismo.htm>. Acesso em: 23 nov. 2023.
[36] Disponível em: <https://escolakids.uol.com.br/historia/trafico-negreiro.htm#:~:text=Os%20portugueses%20compravam%20os%20escravos,eram%20prisioneiros%20emboscados%20pelos%20traficantes.>. Acesso em: 9 out. 2023.
[37] Disponível em: < https://www.politize.com.br/leis-jim-crow/> Acesso em 28 mai. 2023.

Figura 6 - Bebedouro separado para pessoas de “cor”

Fonte: Tullio Saba[38]

O Brasil, por sua vez, é particularmente notório nesse contexto, uma vez que foi o último país ocidental a abolir oficialmente a escravatura[39]. Durante séculos, o Brasil teve suas terras, seus povos, suas riquezas e sua cultura explorados de maneira brutal, deixando cicatrizes profundas que ainda ressoam nas estruturas sociais e econômicas do país até hoje. Durante esse período, milhões de africanos foram trazidos à força para o Brasil e submetidos à escravidão, deixando um legado de desigualdades e racismo estrutural.

Durante muito tempo, a figura da Princesa Isabel foi erroneamente tratada como a "salvadora" da abolição da escravatura no Brasil. Embora a Princesa Isabel tenha assinado a Lei Áurea em 1888, oficializando a abolição da escravidão, a sua intenção não era necessariamente promover a igualdade e a justiça social para a população negra. A abolição ocorreu em um contexto político complexo, no qual diversos fatores contribuíram para a sua realização, como a pressão internacional, a resistência dos próprios escravizados e os movimentos abolicionistas.

Após a abolição, os libertos enfrentaram grandes desafios para se reintegrarem à sociedade brasileira. Muitos foram abandonados à própria sorte, sem apoio governamental ou estrutura para sua emancipação plena. Eles foram privados de uma transição adequada para a liberdade, sem acesso a terra, moradia, educação e

[38] Disponível em: < https://stream.org/i-was-a-black-teen-in-the-60s-dont-believe-lefts-lies-about-jim-crow-election-reform/> Acesso em 28 mai. 2023.
[39] Disponível em: <https://www.tst.jus.br/memoriaviva/-/asset_publisher/LGQDwoJD0LV2/content/ev-jt-80-02#:~:text=O%20Brasil%20foi%20o%20%C3%BAltimo,13%20de%20maio%20de%201888.>. Acesso em: 9 out. 2023.

oportunidades de emprego. Em um artigo do site Brasil Escola, o historiador Daniel Neves cita que:

> Após a abolição da escravatura, uma das questões mais importantes, e que foi definidora para garantir a manutenção do liberto como um indivíduo marginal e subalterno na pirâmide social, foi a questão da terra. Não foi realizada reforma agrária e, assim, a grande maioria dos 700 mil libertos, a partir de 1888, não teve acesso à terra, sendo esses forçados a sujeitarem-se aos salários baixos oferecidos pelos grandes proprietários. A falta de acesso à educação por parte dos libertos [...] era uma preocupação para esses e foi uma questão fundamental para manter esse grupo marginalizado. Sem acesso ao estudo, esse grupo permaneceu sem oportunidades para melhorar sua vida. (NEVES, 2023)[40]

O Brasil passou a enfrentar um contexto marcado pelo racismo estrutural. De acordo com o livro Racismo Estrutural (2019), de Silvio Almeida, citado anteriormente no capítulo 1, “todo racismo é uma decorrência da própria estrutura social”. O preconceito racial não é apenas um problema pessoal, mas está embutido nas políticas, nas leis, nas práticas institucionais e nas relações de poder. Essas estruturas e instituições são moldadas por visões e valores racistas, o que resulta em disparidades e desvantagens sistêmicas para grupos raciais marginalizados.

O racismo estrutural no Brasil se manifesta de várias maneiras, desde a discriminação no mercado de trabalho até a violência policial direcionada aos negros. A taxa de desemprego entre a população negra é mais alta em comparação com a branca, e a renda média dos negros é significativamente menor. (ALMEIDA, 2019)

Além disso, a população negra também sofre com a sub-representação nos espaços de poder e decisão, como na política e na mídia. O acesso à educação de qualidade também é desigual, afetando negativamente as oportunidades e perspectivas futuras dos indivíduos negros.

Segundo Djamila Ribeiro, filósofa e jornalista brasileira:

> Por causa do racismo estrutural, a população negra tem menos condições de acesso a uma educação de qualidade. Geralmente, quem passa em vestibulares concorridos para os principais cursos nas melhores universidades públicas são pessoas que estudaram em escolas particulares de elite, falam outros idiomas e fizeram intercâmbio. E é justamente o racismo estrutural que facilita o acesso desse grupo. Esse debate não é sobre capacidade, mas sobre oportunidades — e essa é a distinção que os defensores da meritocracia parecem não fazer. Um garoto que precisa vender pastel para ajudar na renda da família e outro que passa as tarde em

[40] Disponível em: <https://brasilescola.uol.com.br/historiab/como-ficou-vida-dos-ex-escravos-apos-lei-aurea.htm> Acesso em: 30 mai. 2023.

> aulas de idiomas e de natação não partem do mesmo ponto. Não são muitos os que podem se dar o luxo de cursar uma graduação sem trabalhar ou ganhando apenas uma bolsa de estagiário. (RIBEIRO, 2019) [41]

O racismo em todo o planeta ainda está presente em diferentes formas de entretenimento e em expressões cotidianas. Alguns deles sãos:

• Representações estereotipadas em filmes e séries: por muito tempo, o cinema e a televisão perpetuaram estereótipos racistas ao retratar personagens negros como serviçais, criminosos, comediantes bobos ou apenas objetos sensuais sem profundidade emocional. As mesmas contribuem para uma visão prejudicial das pessoas negras. Exemplos disso são a Tia Anastácia (figura 7), do Sítio do Pica Pau Amarelo, que retrata a "mãe preta" servil, e a hipersexualização da mulher negra, como exemplificado pela Globeleza (figura 8) no canal Globo de televisão.

Figura 7 – Tia Anastácia, Sítio do Pica Pau Amarelo

Fonte: Sítio do Pica Pau Amarelo[42]

[41] Disponível em: <https://aquinavaranda.com.br/2021/01/31/9-topicos-trechos-do-livro-pequeno-manual-antirracista/>. Acesso em: 23 nov. 2023.
[42] Sítio do Sítio do Picapau Amarelo. Disponível em: <https://sitio.pmvs.pt/blog/2014/07/04/tia-nastacia/>. Acesso em: 23 nov. 2023.

Figura 8 – Globeleza

Fonte: Observatório da TV[43]

• Blackface: o blackface é uma prática racista em que pessoas brancas pintam seus rostos de preto para caricaturar pessoas negras, reforçando estereótipos raciais e ridicularizando a população negra. Nos Estados Unidos, foi popularizado como personagem Jim Crow (figura 9) no século XIX. No Brasil, um caso recente foi o da personagem Adelaide (figura 10) interpretada por Rodrigo Sant'Anna, no programa Zorra Total, que retratava estereótipos negativos atribuídos às mulheres negras, alimentando o bullying e impactando negativamente a autoestima das crianças negras, especialmente as meninas.

Figura 9 – Jim Crow, personagem interpretado por Thomas Rice

Fonte: EL País[44]

[43] Disponível em: <https://observatoriodatv.uol.com.br/noticias/saiba-como-sera-a-vinheta-globeleza-em-2016>. Acesso em: 23 nov. 2023.

[44] Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019/09/19/internacional/1568918644_060063.html> Acesso em: 30 mai. 2023.

Figura 10 – Adelaide, Personagem do programa Zorra Total interpretada por Rodrigo Sant'Anna

Fonte: Globoplay[45]

• Uso de linguagem racista: expressões e piadas racistas ainda são comuns em muitos espaços, inclusive em conversas cotidianas. Isso inclui o uso de termos pejorativos, insultos raciais e piadas discriminatórias, que perpetuam estereótipos negativos e alimentam a discriminação.

• Discriminação racial no mercado de trabalho: o racismo também se manifesta no ambiente de trabalho, com a discriminação racial na contratação, promoção e salários. Pessoas negras muitas vezes enfrentam barreiras para acessar oportunidades profissionais e são submetidas a um tratamento diferenciado em comparação com seus colegas brancos.

Para combater o racismo, surge o conceito de antirracismo, uma postura ativa e comprometida na luta contra o ódio racial e a opressão estrutural. Ser antirracista[46] implica em reconhecer privilégios, confrontar discriminações e agir para promover igualdade. Não se limita a não ser racista, como destaca a filósofa Angela Davis: "Numa sociedade racista, não basta não ser racista. É necessário ser antirracista."

No livro "The Racial Healing Handbook" (2019), Anneliese A. Singh diz que o antirracismo[47] é uma postura ativa e comprometida na luta contra o ódio, preconceito racial, racismo sistêmico e a opressão estrutural enfrentada por grupos

[45] Zorra Total | Adelaide pede dinheiro para comprar material escolar da filha | Globoplay. Globoplay. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/2212633/>. Acesso em: 23 nov. 2023.
[46] "É preciso ser antirracista": luta como princípio - eCycle. eCycle - Sua pegada mais leve. Disponível em: <https://www.ecycle.com.br/antirracista/>. Acesso em: 23 nov. 2023.
[47] Disponível em: <https://nmaahc.si.edu/learn/talking-about-race/topics/being-antiracist> Acesso em: 02 jun. 2023.

marginalizados racialmente e etnicamente. Trata-se de um conjunto de ações conscientes e deliberadas que visam proporcionar igualdade de oportunidades para todas as pessoas, tanto em nível individual quanto sistêmico. Como uma filosofia de vida, o antirracismo implica no reconhecimento dos privilégios pessoais, na confrontação dos atos e sistemas de discriminação racial e no empenho em mudar os próprios preconceitos raciais.

Ser antirracista é muito diferente de ser apenas "não racista", como deixou claro o antirracista negro Marlon James (2016). Ser não racista significa que você pode ter crenças contra o racismo, mas quando se trata de eventos como o assassinato de homens negros pela polícia, "você pode assistir às coisas em casa na TV, mas não fazer nada a respeito". Segundo James, ser antirracista significa desenvolver um código moral diferente, que combina o compromisso de não ser racista (seja verbalizado ou não) com ação para protestar e acabar com as coisas racistas que você vê no mundo.

Para Singh dizer que você não é racista não é suficiente para começar a se curar do racismo. Você precisa ter a mentalidade intencional de "Sim, essa questão do racismo é um problema de todos, incluindo eu, e vou fazer algo a respeito".

É claro que ser antirracista é uma proposta diferente para uma pessoa negra do que para uma pessoa branca. Para pessoas brancas, tornar-se antirracista é uma jornada que evolui junto com sua identidade racial branca. Em seu artigo "Cultura de Supremacia Branca: Trabalho de Mudança", Tema Okun (2006) falou sobre o antirracismo com base em sua própria jornada como pessoa branca[48] assumindo essa identidade.

Pessoas negras também podem assumir uma identidade antirracista, com tudo o que isso implica: consciência da raça e do racismo como se manifestam no mundo, e o compromisso de se manifestar e agir contra o racismo que encontram no mundo.

Desenvolver uma identidade antirracista como pessoa negra significa reconhecer que todos os grupos raciais estão lutando de alguma forma sob a supremacia branca. Desinformação, preconceito e danos podem existir entre os próprios grupos raciais, e isso precisa ser confrontado da mesma forma que o racismo branco deve ser desafiado. Isso significa saber como as diferentes histórias de escravidão e imigração influenciam na opressão de cada grupo racial.

---

[48] Disponível em: https://theintercept.com/2023/02/03/deconstructed-tema-okun-white-supremacy/ Acesso em 02 jun. 2023.

Num contexto contemporâneo em que a conscientização sobre o racismo está em ascensão, como apontado por Kabengele[49] em uma entrevista ao Brasil de Fato, é evidente que houve um avanço significativo na discussão sobre as questões raciais.

Entretanto, o otimismo é ponderado pelo reconhecimento de que o caminho à frente é longo, especialmente numa sociedade em que a população negra permanece sub-representada em todos os espaços de poder.

Embora o caminho seja longo, a crescente conscientização sinaliza um desejo coletivo de mudança. Com engajamento contínuo, diálogo aberto e ações afirmativas, podemos vislumbrar um futuro em que a equidade seja a norma, superando as barreiras que têm perpetuado desigualdades raciais.

[49] Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2022/12/18/antropologo-kabengele-munanga-reconhece-avancos-mas-alerta-racismo-e-um-monstro-complexo>. Acesso em: 23 nov. 2023.

3. ESTUDO DE VIABILIDADE

Esse projeto terá sua execução considerada viável, após a análise dos recursos necessários, tais como, fornecedores, matérias primas e entregáveis. Além de ser realizado um estudo de similares que trará referências de outros projetos que compartilham de uma abordagem parecida. No final do capítulo é apresentado um cronograma, mostrando o tempo hábil para o desenvolvimento do mesmo.

3.1 Recursos Necessários

Para analisar a viabilidade do projeto serão apresentados como recursos principais a criação da identidade visual, o desenvolvimento dos textos, das artes digitais e dos materiais gráficos, fornecedores e produção.

- Fornecedores: observou-se que serão necessários fornecedores, tais como, gráficas, empresas de silk, empresas de brindes, costureiras, fotógrafo, lojas de aviamento e Meta Social Metaverse Company (empresa controladora do Facebook e outros produtos relacionados, como Instagram e Whatsapp).
- Matérias primas: softwares como Illustrator, Photoshop e Lightroom (para criação e edição dos materiais digitais e gráficos), bancos de imagens (para uso de vetores, fontes e mockups), papéis de alta gramatura e boa qualidade (para impressão dos cartazes e cartilhas educativas), tecidos (para produção das camisetas e ecobags), aviamentos (para costura dos materiais feitos de tecido) e brindes (para serem distribuídos).
- Entregáveis: esse projeto pretende entregar cartilhas educativas, instagram, postagens, cartazes, banners, brindes (garrafinhas, camisetas, ecobags e bottons).

3.2 Estudo de Similares

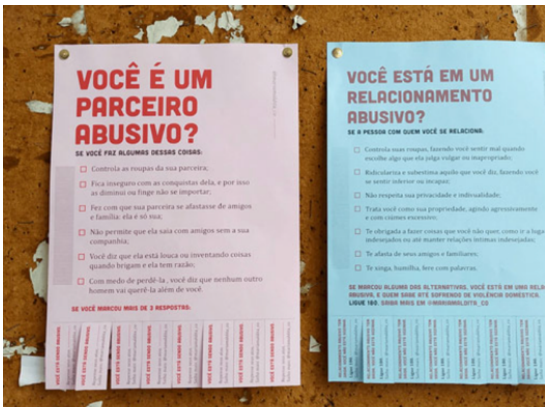
Esse capítulo apresenta estudos acadêmicos e práticas que abordam questões sociais relevantes, como violência doméstica, discriminação racial e LGBTfobia, utilizando o design gráfico como ferramenta de comunicação e princípios da comunicação para educar. Estes, servirão como referência para o desenvolvimento e

execução do projeto “Todas as Vozes”, que será mostrado no capítulo 5 do presente trabalho, demonstrando diferentes abordagens e estratégias utilizadas para promover a conscientização e a mudança social.

O primeiro, é o trabalho de conclusão de curso da Mariana Provenzi[50], para o curso de design gráfico da UFPR.

Nesse trabalho, Provenzi (2018) utiliza do design gráfico no combate à violência contra a mulher. Com o objetivo de impactar as pessoas, Provenzi expôs um conjunto de cartazes (como mostra na figura 11) com pedaços destacáveis - do tipo usado para anunciar cursos e imóveis -, para orientar diretamente envolvidos em um relacionamento abusivo (vítimas e parceiros) e até para os que convivem com o casal. Mais cartazes e posters lambe-lambe foram criados, com várias frases de impacto diferentes.

Figura 11 – Cartaz criado para o trabalho “Maria Maldita”



Fonte: Site UFPR[51]

O segundo trabalho utilizado como referência, foi o de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Arquitetura, Urbanismo e Design (FAUeD) da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), de Eduardo Gomes Costa[52].

A campanha “Não me diga isso” (2022), foi criada nesse trabalho para explorar o design gráfico como ferramenta antirracista (exemplo na figura 12). O objetivo principal da campanha foi a conscientização e combate às expressões racistas. Como

[50] Disponível em: <https://issuu.com/marianaprovenzi/docs/tcc_marianaprovenzi_digital> Acesso em: 23 fev. 2023.
[51] Disponível em: <https://ufpr.br/mulher-conheca-o-tcc-de-aluna-da-ufpr-que-propos-cartazes-contra-a-violencia-domestica-e-recebeu-um-premio-bom-design-2019/> Acesso em: 23 fev. 2023.
[52] Disponível: <https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/36322/5/N%C3%A3oMeDiga.pdf> Acesso em: 22 fev. 2023.

Costa mesmo diz “Não me diga isso” soa como um aviso sobre determinada coisa que não deve ser dita, que nesse caso seriam as expressões racistas” (COSTA, 2022).

Figura 12 – Arte criada para campanha “Não me diga isso”

Fonte: Repositório UFU[53]

E por último, um trabalho de conclusão de curso que também foi utilizado como referência é o da Daiane Guimarães (2020), jornalista formada pela PUC Goiás.

Guimarães criou um site, nominado como “O Mundo LGBTQIAP+”[54] (como mostra na figura 13). Ele tem como objetivo ajudar a comunidade LGBTQIAP+ “gritar por respeito e espaço e explicar cada palavrinha e termo que a descreve”. No site já estão postadas diversas matérias, biografias, curiosidades e informações sobre o mercado de trabalho para as pessoas que compõem a sigla.

Figura 13 – Home do site “O Mundo LGBTQIAP+”

Fonte: Site “O Mundo LGBTQIAP+”[55]

[53] Disponível em: < https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/36322/5/N%C3%A3oMeDiga.pdf> Acesso em: 03 jun. 2023.
[54] Disponível em: <https://sitecomunidadelgbt.wixsite.com/mundolgbtqiap> Acesso em: 03 jun. 2023.
[55] Disponível em: <https://sitecomunidadelgbt.wixsite.com/mundolgbtqiap>. Acesso em: 21 de nov. de 2023.

3.3 Cronograma

Tabela 1 – Cronograma de execução do Projeto Todas as Vozes (Ações 2023)

MÊS	ETAPA	ATIVIDADE	DURAÇÃO
Agosto	Pré-Produção	Elaboração textual dos materiais; Criação da identidade visual.	1 mês
Setembro	Pré-Produção	Desenvolvimento dos conteúdos gráficos; Desenvolvimento dos conteúdos digitais.	1 mês e 15 dias
Outubro	Produção	Impressão dos materiais gráficos.	15 dias
Novembro	Produção/Testes	Produção e edição de peças fotográficas; Criação do Instagram do Projeto; Início da campanha de lançamento.	1 mês
Dezembro	Pós-produção/Finalização	Lançamento oficial do projeto.	15 dias

4. PROCESSO DE CRIAÇÃO, PRODUÇÃO E VERIFICAÇÃO

Neste capítulo, serão apresentadas as etapas essenciais do processo de criação, produção e verificação no contexto do projeto "Todas as Vozes". Foram aprofundadas as estratégias e métodos que guiarão o desenvolvimento, visando não apenas a construção de um produto comunicacional, mas a elaboração de uma ferramenta dinâmica capaz de impulsionar transformações significativas na compreensão e enfrentamento do racismo.

4.1 Criação

O projeto "Todas as Vozes" delineou sua primeira ação concreta, agendada para a Calourada 2024, um evento de suma importância que não apenas introduz os novos estudantes à faculdade, mas também fortalece o ambiente universitário como um todo. Nesse contexto, a iniciativa centraliza esforços na promoção de ações de formação antirracista direcionadas aos alunos da PUC Goiás.

Para o processo de criação, foram buscadas algumas referências anteriores para compreender e fundamentar melhor o projeto Todas as Vozes. Por isso, foi retomada a pesquisa feita anteriormente sobre os programas de inclusão e diversidade dentro das universidades, principalmente da Universidade Federal da Bahia. Essa se tornou uma grande referência, por toda a sua produção e trabalho no mês de novembro de 2023 – a campanha Novembro Negro, que existe há alguns anos e celebra a consciência negra com eventos realizados pelas unidades acadêmicas e administrativas – como no exemplo abaixo (figura 14).

Figura 14 – Instagram - UFBAEMPAUTA

Fonte*:* Instagram – UFBA EM PAUTA[56]

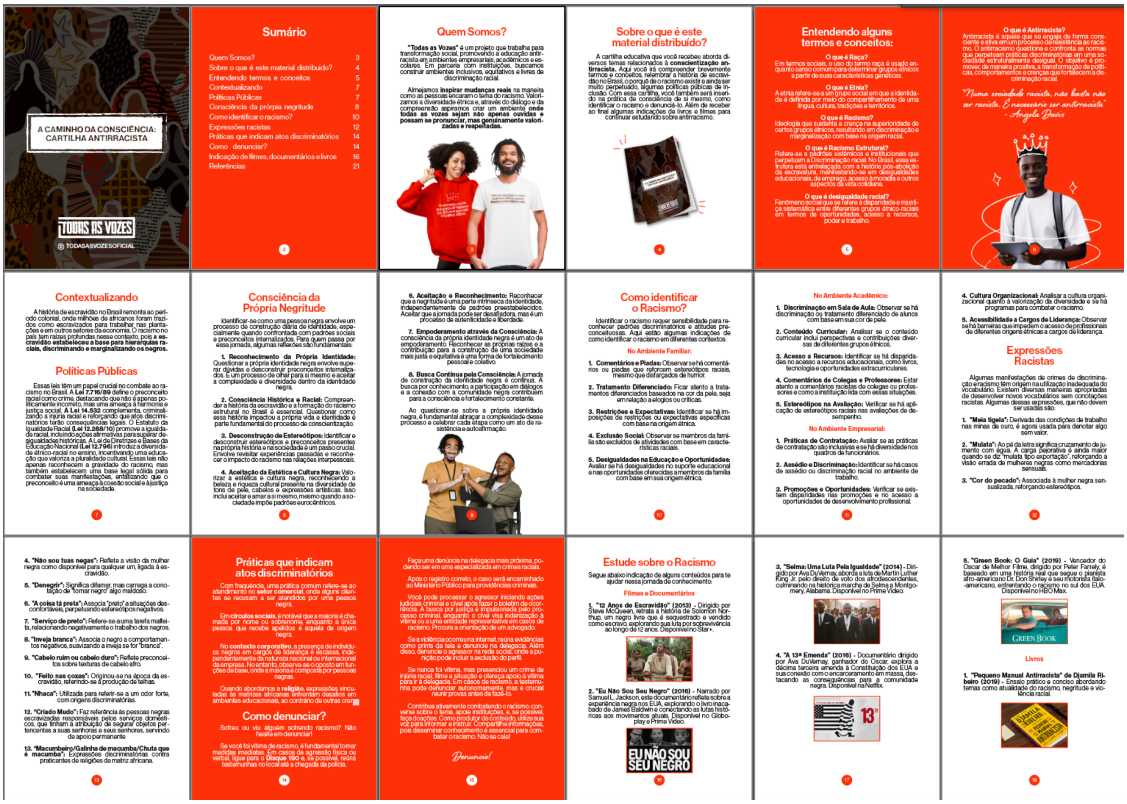
Com base nessas análises foi possível verificar como outros programas são encaixados dentro de universidades através da sua comunicação nas redes sociais e sites. A partir disso, o projeto Todas as Vozes começa a ganhar a vida e a ser estruturado.

O plano estratégico se inicia no primeiro dia letivo de 2024, no campus V da PUC Goiás, em colaboração com o Projeto "Sou PUC", do programa de acessibilidade. Representantes do projeto "Todas as Vozes" visitarão todas as salas de aula para acolher os calouros, apresentar o projeto, divulgar redes sociais, compartilhar materiais educativos e distribuir cartazes pela universidade.

Durante a Calourada, será lançada uma cartilha educativa envolvente em formatos impresso e digital (disponível no Apendice “B”), com elementos visuais atrativos e identidade visual exclusiva (como brevemente ilustrado na figura 15). Essa cartilha aborda temas cruciais desde a apresentação do projeto até a explicação de termos racistas e contexto histórico, com a intenção de que todos os alunos recebam esse material.

[56] Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CzUsc1zJhwR/>. Acesso em 21 de nov. de 2023.

Figura 15 – Visão Geral da Cartilha Antirracista

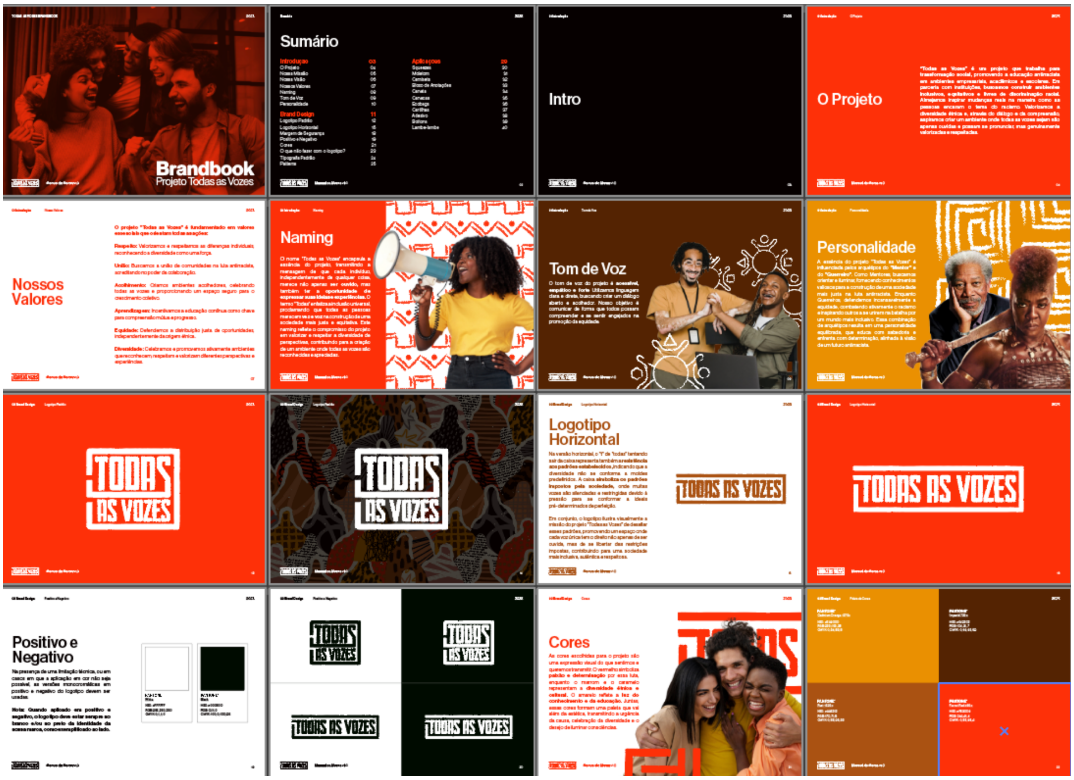


Fonte: Criação da autora

Cartazes estrategicamente posicionados, juntamente com a cartilha, estimularão a interação entre calouros e veteranos, permitindo feedbacks em tempo real.

Para guiar a marca do projeto, foi elaborado um BrandBook detalhado (apresentado no Apêndice “A”), abordando propósito, visão, missão e valores. Esse documento (como ilustrado na figura 16) inclui informações sobre tom de voz, personalidade, design da marca (logotipo, tipografia, cores) e orientações sobre como não utilizar o logotipo, além da criação de mockups para exemplificar a aplicação da marca em diferentes contextos.

Figura 16 – Visão Geral do BrandBook

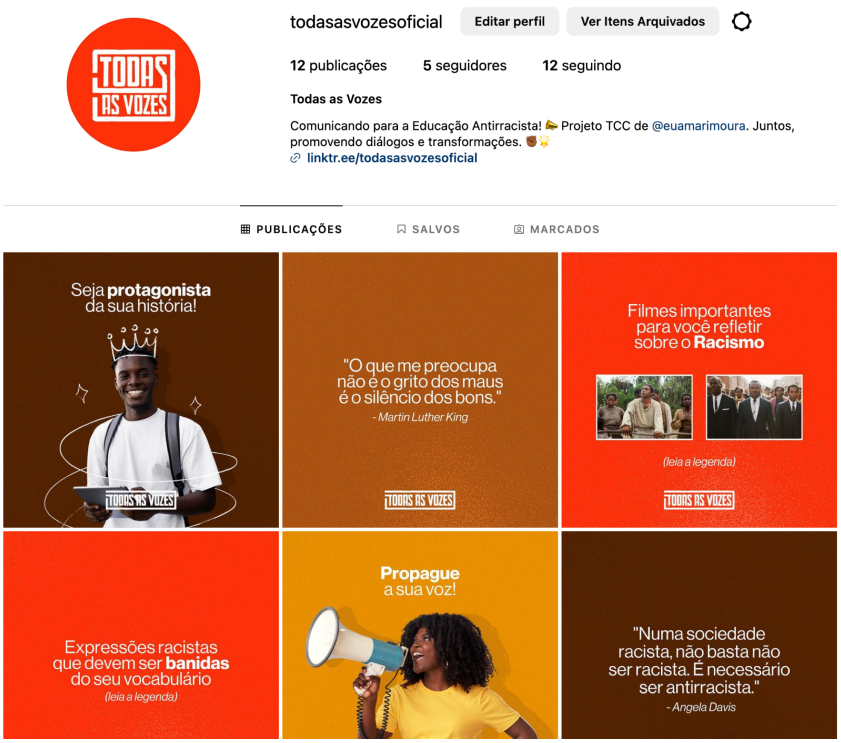


Fonte: Criação da autora

A cartilha educativa, intitulada "A caminho da consciência: cartilha antirracista", teve seu nome decidido após a orientação fornecida pelo BrandBook. Essa cartilha incorpora elementos textuais e gráficos, abordando desde a apresentação do projeto até conceitos de termos, contexto histórico, leis de proteção contra o racismo, identificação e denúncia de práticas racistas, até oferecer indicações de leituras e filmes para aprofundamento na temática antirracista.

Além disso, o projeto lançou seu perfil no Instagram, @todasasvozesofical. Utilizando essa plataforma para estabelecer uma conexão mais próxima com os interessados, fornecendo informações sobre o projeto, dicas educativas (conforme mostrado na figura 17) e disponibilizando gratuitamente a "A caminho da consciência: cartilha antirracista" através da “biografia” do perfil no Instagram (como apresentado na figura 18). O Instagram será um canal para comunicados e ações do projeto, bem como para os alunos trazerem novas ideias, feedbacks e se comunicarem.

Figura 17 – Visão Geral Instagram “Todas as Vozes”



Fonte: Instagram @todasasvozesoficial[57]

Figura 18 – Página de acesso ao download da cartilha

Fonte: Linktree[58]

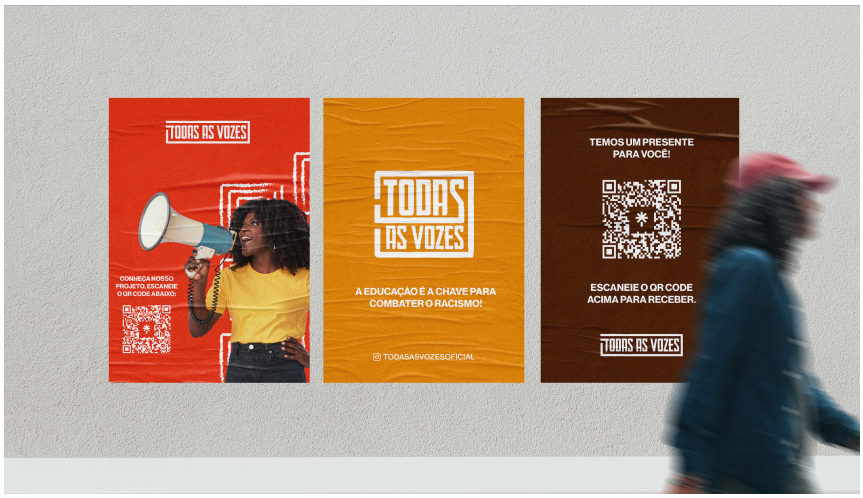
[57] Disponível em: < https://www.instagram.com/todasasvozesoficial/> Acesso em 23 nov. 2023.
[58] Disponível em: https://linktr.ee/todasasvozesoficial Acesso em 23 nov. 2023.

O projeto também planeja realizar sorteios em sala, presenteando os alunos com 100 brindes do projeto, como squeezes, canecas, ecobags, bottons, adesivos, blocos de nota, canetas, blusões e camisetas (conforme ilustrado na figura 19). Os cartazes trarão informações sobre o projeto de forma simplificada, juntamente com QR codes para acesso ao perfil do Instagram e à página de download da cartilha de forma gratuita (como mostrado na figura 20).

Figura 19 - Exemplos de Brindes “Todas as Vozes”

Fonte: Criação da autora

Figura 20 - Cartazes “Todas as Vozes”



Fonte: Criação da autora

Essa abordagem durante a Calourada não só beneficia o projeto ao trazer notoriedade e visibilidade, mas também valoriza a PUC Goiás, contribuindo para uma

experiência mais acolhedora e inclusiva desde o primeiro contato dos alunos com a universidade.

4.2 Produção

Para atender às necessidades das ações propostas para a Calourada PUC Goiás 2024, serão produzidos os seguintes materiais: cartilha educativa, pôsteres, squeezes, canecas, blusões, camisetas, bloco de anotações, canetas, bottons, adesivos e ecobags.

Para viabilizar custos foram analisadas propostas para produção de mais unidades dos produtos, do que realmente precisaria para esse primeiro momento. Todos os orçamentos foram feitos pela Printi[59] – Gráfica Online, que possui um prazo bom de entrega e quantidades mínimas mais palpáveis.

Tabela 2 – Orçamento dos produtos do projeto

PRODUTO	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
Cartilha Educativa	1000	R$ 3,88	R$ 3.876,59
Pôsteres	100	R$ 1,09	R$ 109,36
Squeezes	200	R$ 26,83	R$ 5.366,90
Canecas	100	R$ 23,93	R$ 2.393,27
Blusões	20	R$ 218,57	R$ 4.371
Camisetas	200	R$ 37,53	R$ 7.507,85
Bloco de Anotações	100	R$ 9,63	R$ 962,77
Canetas	200	R$ 3,52	R$ 704,68
Bottons	500	R$ 1,93	R$ 965
Adesivos	1000	R$ 0,13	R$ 127,55
Ecobags	200	R$ 13,85	R$ 2.771,20
TODOS OS PRODUTOS	**-**	**-**	**R$ 29.155,58**

[59] Disponível em: <https://www.printi.com.br/>. Acesso em: 23 nov. 2023.

Para esse início será buscado patrocinadores e apoiadores para custear o projeto. Os mesmos terão visibilidade no Instagram, nas falas e ações do “Todas as Vozes”, podendo assim compartilhar desses momentos de transformação antirracista.

Além disso alguns produtos serão vendidos a parte, tais como camisetas, blusões, squeezes, canecas, através do Instagram e caso caiba espaço, dentro das instituições também.

4.3 Verificação

O processo de verificação do engajamento das pessoas com o projeto "Todas as Vozes" será conduzido de maneira transparente e participativa, promovendo uma avaliação contínua das interações e contribuições da comunidade acadêmica. Para garantir a efetividade do engajamento, serão adotados os seguintes passos:

- Interatividade no Instagram: a presença e interatividade no perfil do Instagram, serão consideradas. Comentários, compartilhamentos, e marcações relacionadas ao projeto serão registrados como indicadores de envolvimento.
- Participação em Sorteios e Atividades Especiais: aqueles que participarem de sorteios, desafios ou atividades especiais propostas pelo projeto serão reconhecidos como contribuintes ativos.
- Acesso à Cartilha Antirracista: tanto o download quanto a distribuição da cartilha educativa "A caminho da consciência: cartilha antirracista" serão considerados indicativos de comprometimento com os objetivos do projeto.

Os pôsteres espalhados pela universidade contêm o endereço do Instagram do projeto, além de QR codes que conduzirão as pessoas a baixar a cartilha. Dado a isso, para avaliar as principais ações propostas, o projeto adotou o download das cartilhas educativas através do site Linktree. No mesmo podem ser retirados relatórios de engajamento, tais como, número de pessoas que acessaram e número de downloads efetivados. Além da contagem de cartilhas físicas distribuídas, brindes distribuídos e engajamento no Instagram. Assim transformando essa verificação ainda mais eficaz e precisa.

O projeto fornecerá relatórios periódicos destacando os níveis de engajamento da comunidade, oferecendo transparência sobre o impacto e alcance das ações antirracistas.

Ao adotar esse processo abrangente de verificação de engajamento, o projeto "Todas as Vozes" busca criar uma cultura de avaliação de resultados que permita a qualificação contínua das atividades.

RELATO DE EXPERIÊNCIA

Durante meu período na faculdade, enfrentei desafios, mas nenhum deles se comparou à jornada que foi o desenvolvimento do projeto "Todas as Vozes". Ao embarcar nessa missão de criar uma campanha dentro das instituições para promover a discussão sobre questões cruciais como o racismo, a inclusão e a diversidade, eu sabia que enfrentaria muitos obstáculos.

No início, as barreiras pareciam insuperáveis, principalmente para conciliar meu trabalho junto e a rotina de produção e pesquisa do projeto. Foi necessário fazer pesquisas a fundo e buscar referências para que o “Todas as Vozes” começasse a ganhar vida. Além disso, encontrar a linguagem certa para abordar temas tão sensíveis, romper a indiferença de alguns e, principalmente, criar um projeto para poder engajar a comunidade em debates profundos e transformadores parecia uma tarefa quase impossível, alinhado com tantas outras questões enfrentadas. No entanto, cada desafio enfrentado foi uma oportunidade de aprendizado e crescimento. O processo de pesquisa foi um verdadeiro mergulho em realidades muitas vezes negligenciadas pela sociedade, por isso se tornou necessário uma quantidade significativa de tempo para poder me aprofundar nessa questão e retirar somente o que era preciso. E, apesar de termos muitas informações, muitas contém erros significativos.

Cada história ouvida, cada experiência estudada e poder ver projetos tão importantes foi um combustível para a chama que me impulsionava a avançar. Houve momentos em que a descrença bateu à porta, mas a persistência e a convicção de que estou construindo algo relevante para a construção de uma sociedade mais justa não só me impulsionou como me impulsiona adiante. Pensar que com este projeto será possível ver as vozes antes silenciadas ganharem destaque, perceber olhares e mentes se abrindo para a compreensão da importância da diversidade e do respeito mútuo, é além de gratificante, mas fundamental para reafirmar a relevância do meu trabalho. O design é capaz de não apenas ilustrar, mas também transformar aquilo que está em nossa volta. E, com esse pensamento, de fazer com que a comunicação e o design transformem as instituições em um lugar melhor, consegui tirar o gás necessário para chegar à etapa final desse projeto.

Porém, à conclusão deste ciclo não marca o fim, mas sim um novo ponto de partida. As dificuldades enfrentadas foram como degraus que me levaram para um

entendimento mais profundo da complexidade e urgência dessas questões. Esta jornada, embora desafiadora, foi incrivelmente recompensadora e estimulante. Perceber o impacto positivo que as instituições podem ter ao incentivar diálogos que antes eram sussurrados é um testemunho do poder transformador da comunicação.

Hoje, olho para trás com um sentimento de felicidade, realização e de responsabilidade renovada. Acredito firmemente que a publicidade tem o poder não apenas de vender produtos, mas também de vender ideias, de promover mudanças sociais significativas. E o projeto "Todas as Vozes" foi um exemplo tangível desse potencial. Este ciclo concluído é apenas um capítulo de um livro ainda em escrita, um projeto em constante evolução. É o compromisso contínuo de usar minha voz e minha profissão para promover um mundo mais inclusivo e justo para todos. Esta jornada, sem dúvida, moldou não apenas meu trabalho, mas também minha visão de mundo. E, acima de tudo, reforçou a convicção de que a publicidade pode e deve ser uma força para o bem, amplificando as vozes que por tanto tempo foram silenciadas.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA ESTADO. **Menos de 3% das universidades brasileiras têm equidade racial**. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/brasil/2021/11/4964642-menos-de-3-dos-professores-universitarios-do-brasil-sao-negros.html>. Acesso em: 19 abr. 2023.

ALMEIDA. **Racismo estrutural: o que é, causas e consequências | Confluentes.** Disponível em: <https://confluentes.org.br/2023/01/31/racismo-estrutural-o-que-e-causas-e-consequencias/>. Acesso em: 1 mai. 2023.

ÂNGELIS. **Você sabe o que foi o Apartheid?** Disponível em: <https://www.unama.br/noticias/voce-sabe-o-que-foi-o-apartheid>. Acesso em: 5 jun. 2023.

Being Antiracist. Disponível em: <https://nmaahc.si.edu/learn/talking-about-race/topics/being-antiracist>. Acesso em: 5 jun. 2023.

CARVALHO (2008). **Publicidade e Propaganda Social. Revista Científica FAP**, v. 5, n. 1, p. 43-60.

CÂMARA, NA. **Negros são 56% da população, mas presença na Câmara Federal ainda não chega a 30%: "Representação é necessária para toda a sociedade".** Disponível em: <https://g1.globo.com/pr/parana/noticia/2022/11/19/negros-sao-56percent-da-populacao-mas-presenca-na-camara-federal-ainda-nao-chega-a-30percent-representacao-e-necessaria-para-toda-a-sociedade.ghtml>. Acesso em: 19 abr. 2023.

Campanha Não Engula o Choro 2018. Disponível em: <https://www.justica.pr.gov.br/Pagina/Campanha-Nao-Engula-o-Choro-2018>. Acesso em: 1 jun. 2023.

Como ficou a vida dos ex-escravos após a Lei Áurea? - Brasil Escola. Disponível em: <https://brasilescola.uol.com.br/historiab/como-ficou-vida-dos-ex-escravos-apos-lei-aurea.htm>. Acesso em: 1 jun. 2023.

Conheça o TCC feito na UFPR que propôs cartazes contra a violência doméstica e recebeu um Prêmio Bom Design 2019 – Universidade Federal do Paraná. Disponível em: <https://ufpr.br/mulher-conheca-o-tcc-de-aluna-da-ufpr-que-propos-cartazes-contra-a-violencia-domestica-e-recebeu-um-premio-bom-design-2019/>. Acesso em: 5 jun. 2023.

DANIEL NEVES SILVA. **Escravidão no Brasil Colonial.** Disponível em: <https://www.historiadomundo.com.br/idade-moderna/escravidao-no-brasil-colonial.htm>. Acesso em: 2 jun. 2023.

DECONSTRUCTED. **Tema Okun on Her Mythical Paper on White Supremacy.** Disponível em: <https://theintercept.com/2023/02/03/deconstructed-tema-okun-white-supremacy/>. Acesso em: 2 jun. 2023.

Decreto D10932. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2022/Decreto/D10932.htm>. Acesso em: 5 jun. 2023.

DE, F. **Pesquisadores da UFMG discutem urgências da luta antiLGBT+fobia.** Disponível em: <http://150.164.76.10/comunicacao/noticias/grupos-de-pesquisa-da-ufmg-discutem-urgencias-da-luta-antilgbt-fobia>. Acesso em: 7 mai. 2023.

Desigualdade Racial na Educação Brasileira. Disponível em <https://observatoriodeeducacao.institutounibanco.org.br/em-debate/desigualdade-racial-na-educacao>. Acesso em: 5 jun. 2023.

DIF: Diversity and Inclusion Innovation Funds. Disponível em: <https://vpge.stanford.edu/fellowships-funding/diversity-innovation-funds>. Acesso em: 7 mai. 2023.

FOGGETTI, F. **Diversidade e Inclusão: o que é e qual a diferença entre elas?** Disponível em: <https://www.handtalk.me/br/blog/diversidade-e-inclusao/#:~:text=Enquanto%20a%20diversidade%20se%20refere,na%20sociedade%20de%20forma%20equitativa>. Acesso em: 1 jun. 2023.

GAROTTI, J. **Design Ativista: Um olhar da história da arte**. Unifesp.br, 2023.

GOMES COSTA, E. **NÃO ME DIGA ISSO NÃO ME DIGA ISSO -UMA CAMPANHA QUE EXPLORA O DESIGN GRÁFICO COMO FERRAMENTA ANTIRRACISTA. [s.l: s.n.].** Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/36322/5/N%C3%A3oMeDiga.pdf>. Acesso em: 5 jun. 2023.

GUIA MEDIANEIRA. **Mortes por dengue aumentam quase 90% neste ano, informa ministério - Guia Medianeira.** Disponível em: <http://www.guiamedianeira.com.br/noticia/487/Mortes+por+dengue+aumentam+quase+90+neste+ano,+informa+ministerio>. Acesso em: 5 jun. 2023.

IBGE mostra as cores da desigualdade | Agência de Notícias. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/21206-ibge-mostra-as-cores-da-desigualdade>. Acesso em: 2 jun. 2023.

JAMES. **I Was a Black Teen in the '60s. Don't Believe Left's Lies About "Jim Crow" Election Reform - The Stream.** Disponível em: <https://stream.org/i-was-a-black-teen-in-the-60s-dont-believe-lefts-lies-about-jim-crow-election-reform/>. Acesso em: 5 jun. 2023.

LAYANE. **Entenda o que foram as Leis Jim Crow nos Estados Unidos | Politize!** Disponível em: <https://www.politize.com.br/leis-jim-crow/>. Acesso em: 5 jun. 2023.

MACIEL, D. **Empresas precisam adotar estratégia de diversidade e inclusão, diz** a FDC - Diário do Comércio. Disponível em: <https://diariodocomercio.com.br/gestao/diversidade-ainda-e-desafio-nas-empresas/#gref>. Acesso em: 18 abr. 2023.

MEIRELLES. **Designer Ativista? Eu?** Disponível em: <https://midianinja.org/morenameireles/designer-ativista-eu/>. Acesso em: 27 abr. 2023.

MONGE, Y. **Quando os EUA passaram a considerar racista pintar o rosto de preto.** Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019/09/19/internacional/1568918644_060063.html>. Acesso em: 28 mai. 2023.

Mundo LGBTQIAP+. Disponível em: <https://sitecomunidadelgbt.wixsite.com/mundolgbtqiap>. Acesso em: 5 jun. 2023.

Não ao Trabalho Infantil. Disponível em: <https://naoaotrabalhoinfantil.org.br/>. Acesso em: 1 jun. 2023.

OLIVEIRA. **Conceito - ABPEducom.** Disponível em: <https://abpeducom.org.br/educom/conceito/#:~:text=A%20Educomunica%C3%A7%C3%A3o%20%C3%A9%20entendida%20pela,dos%20recursos%20da%20comunica%C3%A7%C3%A3o%2C%20suas>. Acesso em: 2 jun. 2023.

O que é Propaganda (conceitos, exemplos e tipos). Disponível em: <https://www.significados.com.br/propaganda/#:~:text=Propaganda%20social&text=%C3%89%20onde%20a%20atua%C3%A7%C3%A3o%20se,outros%20itens%20para%20determinadas%20institui%C3%A7%C3%B5es.%3E>. Acesso em: 1 jun. 2023.

Pessoas pretas e pardas continuam com menor acesso a emprego, educação, segurança e saneamento | Agência de Notícias. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/35467-pessoas-pretas-e-pardas-continuam-com-menor-acesso-a-emprego-educacao-seguranca-e-saneamento#:~:text=5%25%2C%20respectivamente.-,Os%20dados%20s%C3%A3o%20do%20estudo%20Desigualdades%20Sociais%20por%20Cor%20ou,%25%20da%20popula%C3%A7%C3%A3o%20brasileira%2C%20respectivamente.>. Acesso em: 4 jun. 2023.

PROVENZI | **Design gráfico no combate à violência doméstica contra a mulher [TCC].** Disponível em: <https://issuu.com/marianaprovenzi/docs/tcc_marianaprovenzi_digital>. Acesso em: 5 jun. 2023.

Racisme – Natasha Ward. Disponível em: <https://natashaward11.wordpress.com/tag/racisme/>. Acesso em: 28 mai. 2023.

Todos juntos contra a Dengue! - Prefeitura Municipal de Pereiras. Disponível em: <https://www.pereiras.sp.gov.br/noticia/2159/todos-juntos-contra-a-dengue>. Acesso em: 1 jun. 2023.

UFBA manifesta apoio à inclusão de temas de gênero e sexualidade no Plano Estadual de Educação | Universidade Federal da Bahia. Disponível em: <https://www.ufba.br/ufba_em_pauta/ufba-manifesta-apoio-%C3%A0-inclus%C3%A3o-de-temas-de-g%C3%AAnero-e-sexualidade-no-plano-estadual-de>. Acesso em: 2 mai. 2023.

VIRAVOTO. **Bora gente, não dá pra parar, vamos seguir no vira voto pro Brasil feliz de novo!** . Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CjeAXuULroc/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRlODBiNWFlZA%3D%3D>. Acesso em: 25 mai. 2023.

L7716. Planalto.gov.br. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l7716.htm>. Acesso em: 22 set. 2023.

L14532. Planalto.gov.br. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/lei/l14532.htm>. Acesso em: 22 set. 2023.

L12288. Planalto.gov.br. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12288.htm>. Acesso em: 22 set. 2023.

L12796. Planalto.gov.br. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/l12796.htm>. Acesso em: 22 set. 2023.

PORFÍRIO, Francisco. **Racismo: o que é, racismo estrutural, causas e exemplos**. Mundo Educação. Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/sociologia/racismo.htm>. Acesso em: 23 nov. 2023.

DANIEL NEVES SILVA. **Tráfico negreiro: resumo, como acontecia, navios negreiros**. Escola Kids. Disponível em: <https://escolakids.uol.com.br/historia/trafico-negreiro.htm#:~:text=Os%20portugueses%20compravam%20os%20escravos,eram%20prisioneiros%20emboscados%20pelos%20traficantes.>. Acesso em: 9 out. 2023.

O Trabalho Escravo no Brasil (1500 – 1888) - TST. Tst.jus.br. Disponível em: <https://www.tst.jus.br/memoriaviva/-/asset_publisher/LGQDwoJD0LV2/content/ev-jt-80-02#:~:text=O%20Brasil%20foi%20o%20%C3%BAltimo,13%20de%20maio%20de%201888.>. Acesso em: 9 out. 2023.

ULISSES BELLEIGOLI. **9 tópicos/trechos do livro "Pequeno manual antirracista" – Aqui Na Varanda**. Aquinavaranda.com.br. Disponível em: <https://aquinavaranda.com.br/2021/01/31/9-topicos-trechos-do-livro-pequeno-manual-antirracista/>. Acesso em: 23 nov. 2023.

PMVS. **Tia Nastácia - Sítio do Sítio do Picapau Amarelo**. Sítio do Sítio do Picapau Amarelo. Disponível em: <https://sitio.pmvs.pt/blog/2014/07/04/tia-nastacia/>. Acesso em: 23 nov. 2023.

Saiba como será a vinheta Globeleza em 2016. Uol.com.br. Disponível em: <https://observatoriodatv.uol.com.br/noticias/saiba-como-sera-a-vinheta-globeleza-em-2016>. Acesso em: 23 nov. 2023.

Zorra Total. Globoplay. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/2212633/>. Acesso em: 23 nov. 2023.

“É preciso ser antirracista”: luta como princípio - eCycle. eCycle - Sua pegada mais leve. Disponível em: <https://www.ecycle.com.br/antirracista/>. Acesso em: 23 nov. 2023.

MONCAU, Gabriela. **Antropólogo Kabengele Munanga reconhece avanços mas alerta: “Racismo é um monstro complexo”**. Brasil de Fato. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2022/12/18/antropologo-kabengele-munanga-reconhece-avancos-mas-alerta-racismo-e-um-monstro-complexo>. Acesso em: 21 nov. 2023.

UFBA no Instagram. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CzUsc1zJhwR/>. Acesso em: 21 nov. 2023.

TODAS AS VOZES. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CzUsc1zJhwR/>. Acesso em: 21 nov. 2023.

APÊNDICE A - BRANDBOOK DO PROJETO TODAS AS VOZES

Sumário

Introdução 03
O Projeto 04
Nossa Missão 05
Nossa Visão 06
Nossos Valores 07
Naming 08
Tom de Voz 09
Personalidade 10

Brand Design 11
Logotipo Padrão 12
Logotipo Horizontal 15
Margem de Segurança 18
Positivo e Negativo 19
Cores 21
O que não fazer com o logotipo? 23
Tipografia Padrão 24
Patterns 25

Aplicações 29
Squeezes 30
Moletom 31
Camiseta 32
Bloco de Anotações 33
Caneta 34
Canecas 35
Ecobags 36
Cartilhas 37
Adesivo 38
Bottons 39
Lambe-lambe 40

Intro

O Projeto

“Todas as Vozes” é um projeto que trabalha para transformação social, promovendo a educação antirracista em ambientes empresariais, acadêmicos e escolares. Em parceria com instituições, **buscamos construir ambientes inclusivos, equitativos e livres de discriminação racial.** Almejamos inspirar mudanças reais na maneira como as pessoas encaram o tema do racismo. Valorizamos a diversidade étnica e, através do diálogo e da compreensão, aspiramos criar um ambiente onde todas as vozes sejam não apenas ouvidas e possam se pronunciar, mas genuinamente valorizadas e respeitadas.

Nossa Missão

Promover uma transformação profunda na sociedade, contribuindo para a construção de um **ambiente mais justo e equitativo.** Buscamos proporcionar oportunidades para grupos minorizados, permitindo que saiam da base da pirâmide social e alcancem posições de destaque, com representatividade e sensibilidade. Valorizamos a **diversidade étnica, onde todas as vozes não apenas sejam ouvidas, mas ocupem lugares de destaque.** Nosso compromisso é agir contra discursos tóxicos e racistas, normalizados por tempo demais, iniciando por uma educação antirracista promovida dentro de universidades, escolas, empresas e etc.

Nossa Visão

Enxergamos um futuro onde a comunicação antirracista seja disseminada de maneira eficaz, despertando o interesse do público em geral. Almejamos uma sociedade onde a obrigação de estudar e buscar conhecimento seja compartilhada por todos, gerando incômodo frente a atos afrontosos. Queremos um ambiente em que o silêncio diante das atrocidades seja substituído pela postura antirracista, limitando ambientes tóxicos e tocando os corações endurecidos. **Dar voz aos grupos minorizados não é apenas uma causa, mas um compromisso com a empatia e respeito às diversas formas de ser e se manifestar,** independentemente da própria identidade.

Nossos Valores

O projeto "Todas as Vozes" é fundamentado em valores essenciais que orientam todas as ações:

Respeito: Valorizamos e respeitamos as diferenças individuais, reconhecendo a diversidade como uma força.

União: Buscamos a união de comunidades na luta antirracista, acreditando no poder da colaboração.

Acolhimento: Criamos ambientes acolhedores, celebrando todas as vozes e proporcionando um espaço seguro para o crescimento coletivo.

Aprendizagem: Incentivamos a educação contínua como chave para compreensão mútua e progresso.

Equidade: Defendemos a distribuição justa de oportunidades, independentemente da origem étnica.

Diversidade: Celebramos e promovemos ativamente ambientes que reconhecem, respeitam e valorizam diferentes perspectivas e experiências.

Naming

O nome "Todas as Vozes" encapsula a essência do projeto, transmitindo a mensagem de que cada indivíduo, independentemente de qualquer coisa, merece não apenas **ser ouvido,** mas também ter a **oportunidade de expressar suas ideias e experiências.** O termo "Todas" enfatiza a inclusão universal, proclamando que todas as pessoas merecem **vez e voz** na construção de uma sociedade mais justa e equitativa. Este naming reflete o compromisso do projeto em valorizar e respeitar a diversidade de perspectivas, contribuindo para a criação de um ambiente onde todas as vozes são reconhecidas e apreciadas.

Tom de Voz

O tom de voz do projeto é **acessível, empático e forte** Utilizamos linguagem clara e direta, buscando criar um diálogo aberto e acolhedor. Nosso objetivo é comunicar de forma que todos possam compreender e se sentir engajados na promoção da equidade.

Personalidade

A essência do projeto "Todas as Vozes" é influenciada pelos arquétipos do **"Mentor"** e do **"Guerreiro"**. Como Mentores, buscamos orientar e iluminar, fornecendo conhecimentos valiosos para a construção de uma sociedade mais justa na luta antirracista. Enquanto Guerreiros, defendemos incansavelmente a equidade, combatendo ativamente o racismo e inspirando outros a se unirem na batalha por um mundo mais inclusivo. Essa combinação de arquétipos resulta em uma personalidade equilibrada, que educa com sabedoria e enfrenta com determinação, alinhada à visão de um futuro antirracista.

Brand Design

Logotipo Padrão

O logotipo do projeto "Todas as Vozes" foi cuidadosamente concebido para transmitir sua mensagem fundamental de inclusão e desafio aos padrões sociais. A tipografia que lembra um canetão enfatiza a **natureza manual, pessoal e única de cada voz,** destacando a autenticidade e individualidade das experiências. O "s" de "vozes" tentando se soltar da caixa representa a **luta contra as restrições e limitações impostas pelos padrões sociais,** sugerindo a ideia de que nem todas as vozes se encaixam nas caixas predefinidas pela sociedade.

TODAS
AS VOZES

02 Brand Design
Logotipo Padrão
2023
TODAS AS VOZES
TODAS AS VOZES
Manual de Marca v1.0
14

Logotipo Horizontal

Na versão horizontal, o "t" de "todas" tentando sair da caixa representa também a **resistência aos padrões estabelecidos,** indicando que a diversidade não se conforma a moldes predefinidos. A caixa **simboliza os padrões impostos pela sociedade,** onde muitas vozes são silenciadas e restringidas devido à pressão para se conformar a ideais pré-determinados de perfeição.

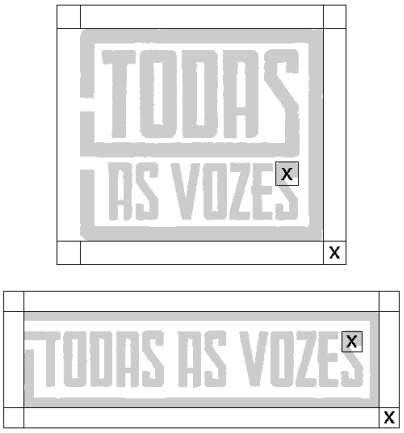
Em conjunto, o logotipo ilustra visualmente a missão do projeto "Todas as Vozes" de desafiar esses padrões, promovendo um espaço onde cada voz única tem o direito não apenas de ser ouvida, mas de se libertar das restrições impostas, contribuindo para uma sociedade mais inclusiva, autêntica e respeitosa.

TODAS AS VOZES

02 Brand Design
Logotipo Horizontal
2023
TODAS AS VOZES
TODAS AS VOZES
Manual de Marca v1.0
17

Margem de Segurança

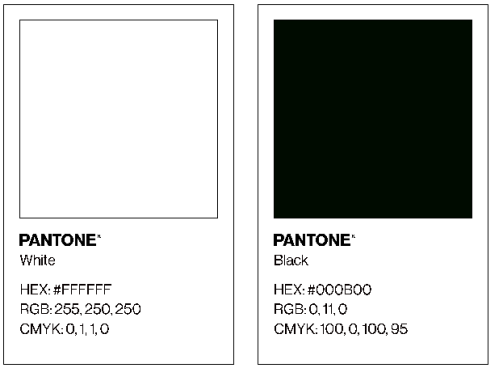
Ao alinhar o logotipo de Todas as Vozes e suas diferentes versões, a seguinte regra deve ser seguida para manter uma **distância mínima** da borda de qualquer superfície. Essa distância deve sempre corresponder a **largura da última letra "s".**



Positivo e Negativo

Na presença de uma limitação técnica, ou em casos em que a aplicação em cor não seja possivel, as versões monocromáticas em positivo e negativo do logotipo devem ser usadas.

Nota: Quando aplicado em positivo e negativo, o logotipo deve estar sempre no branco e/ou no preto da identidade da nossa marca, como exemplificado ao lado.



PANTONE
White

HEX: #FFFFFF
RGB: 255, 250, 250
CMYK: 0, 1, 1, 0

PANTONE
Black

HEX: #000B00
RGB: 0, 11, 0
CMYK: 100, 0, 100, 95

TODAS
AS VOZES

TODAS AS VOZES

2023
TODAS
AS VOZES
TODAS AS VOZES
20

Cores

As cores escolhidas para o projeto são uma expressão visual do que sentimos e queremos transmitir. O vermelho simboliza **paixão e determinação** por essa luta, enquanto o marrom e o caramelo representam a **diversidade étnica e cultural.** O amarelo reflete a **luz do conhecimento e da educação.** Juntas, essas cores formam uma paleta que vai além da estética, transmitindo a urgência da causa, celebração da diversidade e o desejo de iluminar consciências.

PANTONE®
Cadmium Orange 1375 c

HEX: #EA9000
RGB: 233, 153, 38
CMYK: 0, 34, 83, 8

PANTONE®
Imperial 732 c

HEX: #542302
RGB: 104, 31, 7
CMYK: 0, 69, 93, 59

PANTONE®
Rust 1525 c

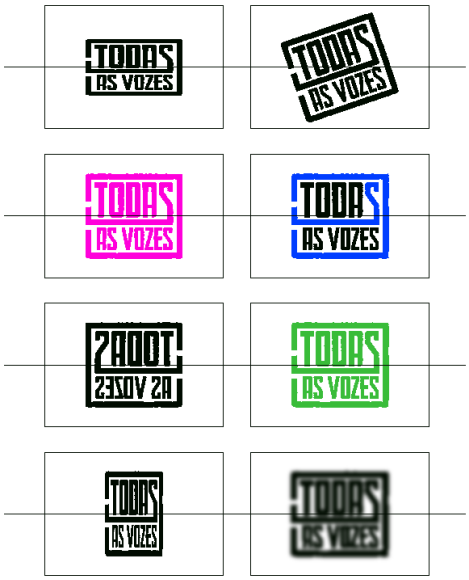
HEX: #AA5212
RGB: 170, 71, 6
CMYK: 0, 58, 96, 33

PANTONE®
Ferrari Red 485 c

HEX: #FE3009
RGB: 244, 41, 4
CMYK: 0, 83, 98, 4

O que não fazer com o logotipo?

A aplicação correta da marca preserva a sua integridade e garante a sua perfeita leitura. Qualquer modificação na marca, altera o seu significado, pode confundir o leitor e diminui o seu impacto.



Neue Haas

Família Tipográfica

A tipografia que compõe a nossa marca é a família Neue Haas Grotesk e suas variações de peso: Light, Light Italic, Roman, Medium.

Neue Haas Grotesk Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
˜!@#%ˆ&*?+-

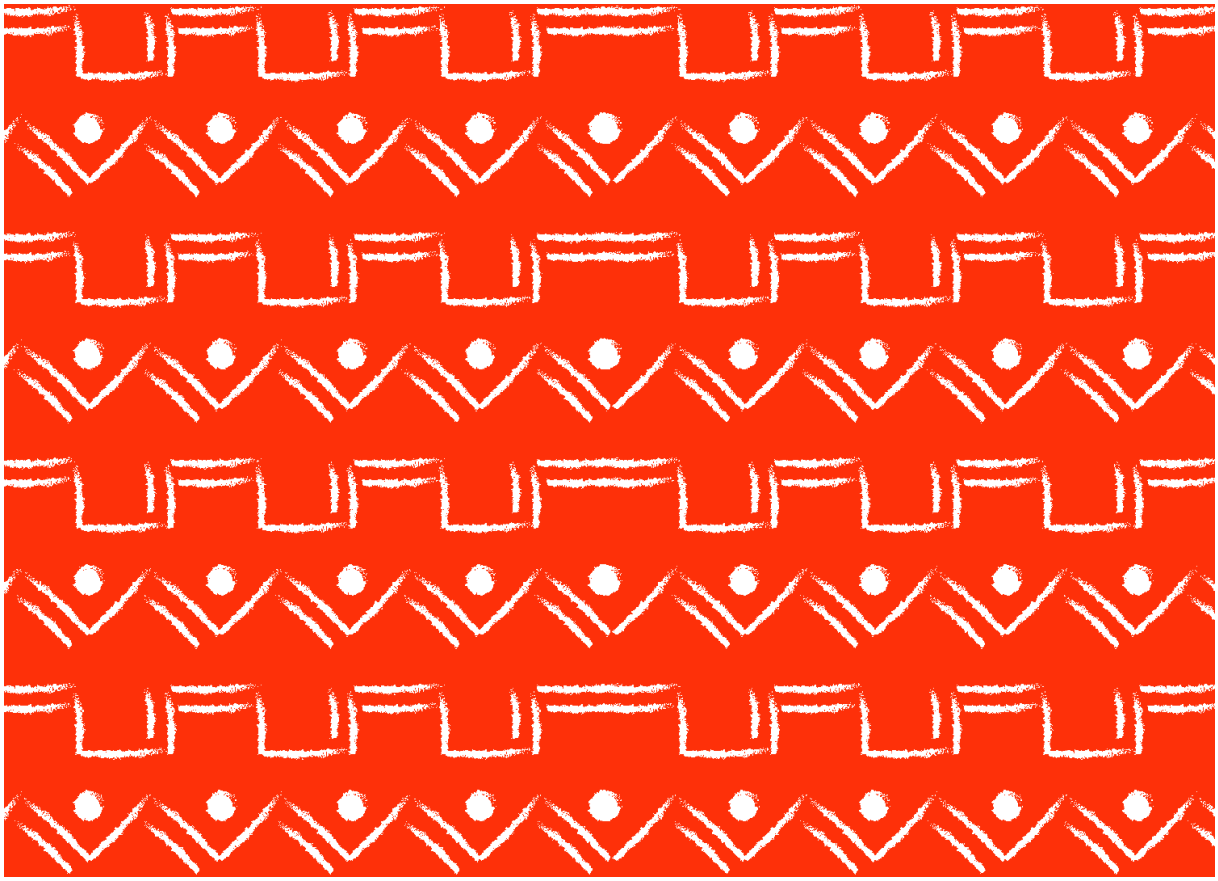
Neue Haas Grotesk Light Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
˜!@#%ˆ&?+-*

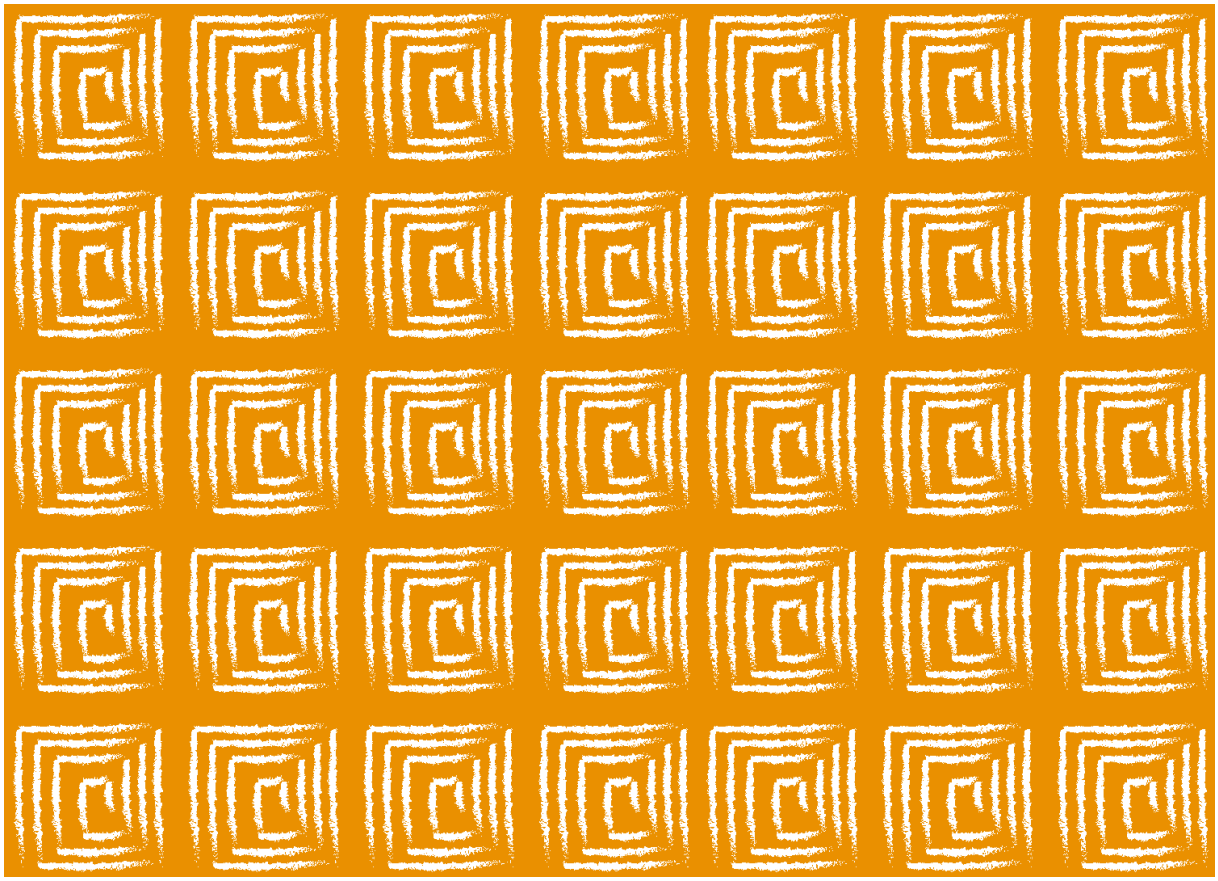
Neue Haas Grotesk Roman
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
˜!@#%ˆ&*?+-

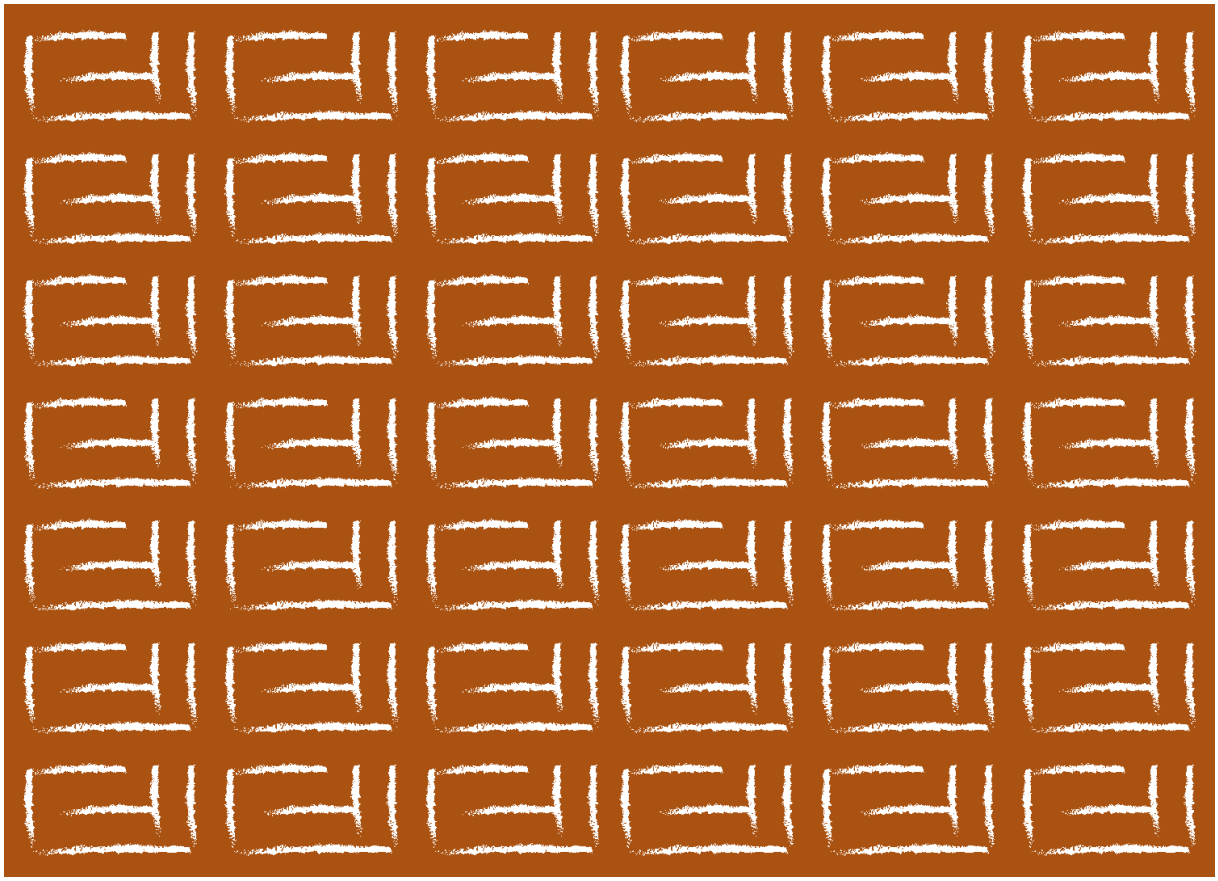
Neue Haas Grotesk Medium
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
˜!@#%ˆ&*?+-

Nossas Patterns

Os padrões distintivos da marca são desenhados à mão, inspirados nas estampas africanas. Cada padrão, meticulosamente criado, reflete a diversidade, expressa autenticidade e honra a **rica herança cultural do continente africano.** Esses padrões únicos contribuem para uma identidade visual marcante, alinhada ao objetivo do projeto.





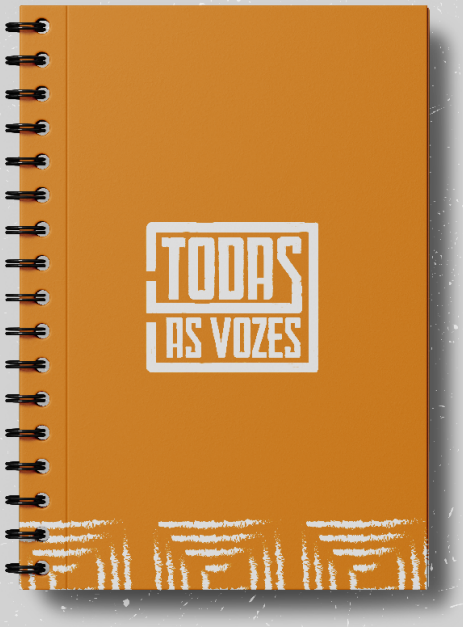


Aplicações

03 Aplicações
2023
É PRECISO ESTAR ATENTO E FORTE
TODAS AS VOZES
BEBA ÁGUA, TOME SOL E SEJA ANTIRRACISTA
TODAS AS VOZES
O AMOR É UM ATO REVOLUCIONÁRIO
TODAS AS VOZES
TODAS AS VOZES
Manual de Marca v1.0
30

03 Aplicações
2023
TE NHO ORGU LHO DE
QUE M SOU, DA S MINHAS
RA ZES, DA M INHA COR
E DO MEU C ABELO.
TODAS AS VOZES
Manual de Marca v1.0
31

03 Aplicações
2023
TIRE SEU RACISMO DO MEU CAMINHO QUE EU QUERO PASSAR COM A MINHA COR.
TODAS AS VOZES
TODAS AS VOZES
Manual de Marca v1.0
32


TODAS
AS VOZES

03 Aplicações
2023
TODAS AS VOZES
TODAS AS VOZES
Manual de Marca v1.0
34

03 Aplicações
2023
TODAS AS VOZES
SE O SEU CONSELHO NÃO FOR RACISTA E FOR CAFÉ, EU ACEITO!
TODAS AS VOZES
Manual de Marca v1.0
35

03 Aplicações
2023
É PRECI
ATENT
O AMOR É UM ATO REVOLUCIONÁRIO
TODAS AS VOZES
TODAS AS VOZES
Manual de Marca v1.0
36

A CAMINHO DA CONSCIÊNCIA:
CARTILHA ANTIRRACISTA
TODAS AS VOZES
TODASASVOZESOFICIAL

TODAS
AS VOZES

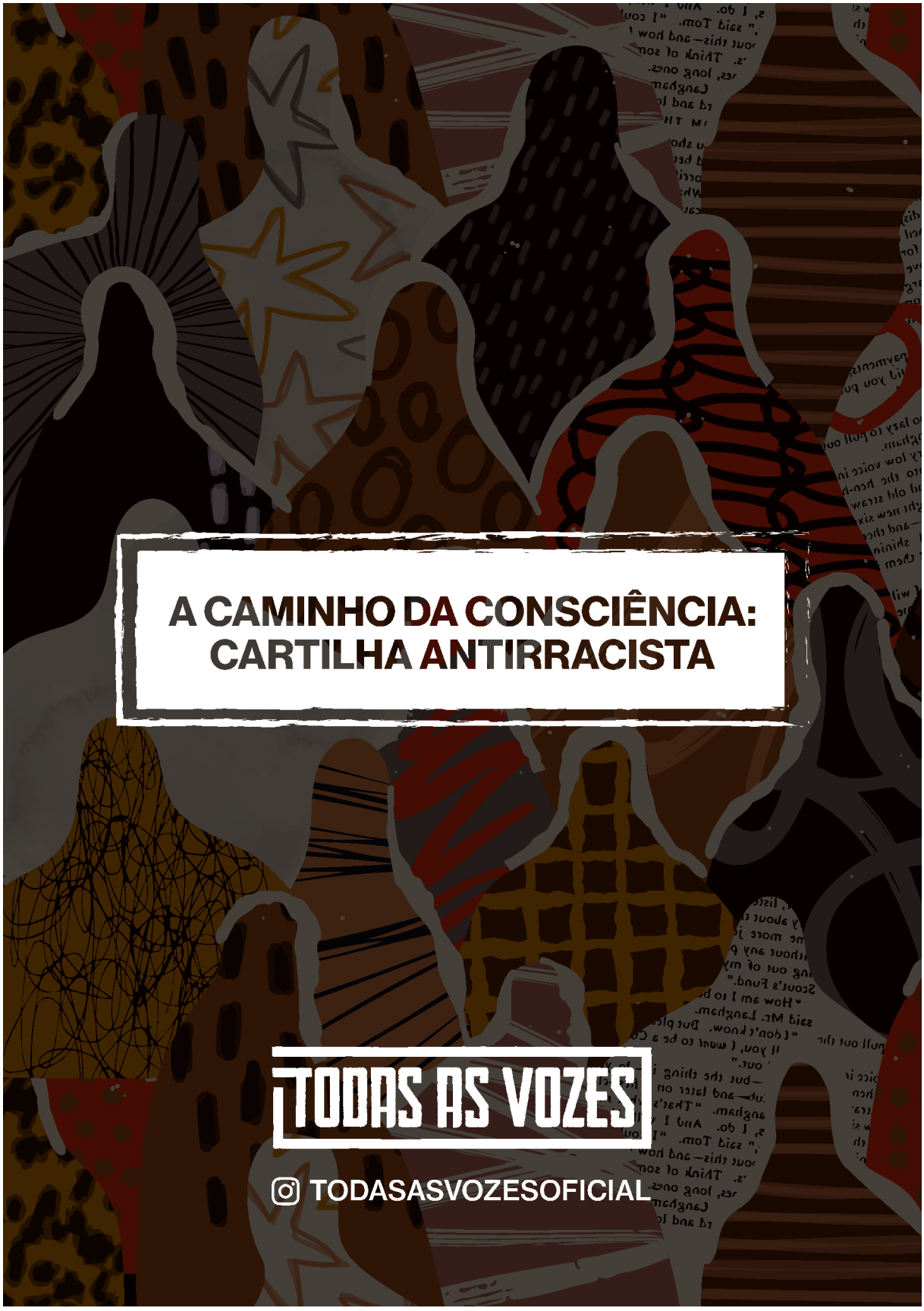
03 Aplicações
2023
TODAS AS VOZES
TODAS AS VOZES
TODASASVOZESOFICIAL
TODAS AS VOZES
Manual de Marca v1.0
39

03 Aplicações
2023
TODAS AS VOZES
TODASASVOZESOFICIAL
TODAS AS VOZES
Manual de Marca v1.0
40

Este guia é de consulta obrigatória para uso da marca
Todas as Vozes em aplicações de caráter verbal e gráfico.

VERSÃO 2023

APÊNDICE B – A CAMINHO DA CONSCIÊNCIA: CARTILHA ANTIRRACISTA



Sumário

Quem Somos? 3
Sobre o que é este material distribuido? 4
Entendendo termos e conceitos 5
Contextualizando 7
Políticas Públicas 7
Consciência da prórpia negritude 8
Como identificar o racismo? 10
Expressões racistas 12
Práticas que indicam atos discriminatórios 14
Como denunciar? 14
Indicação de filmes, documentários e livros 16
Referências 21

Quem Somos?

"Todas as Vozes" é um projeto que trabalha para transformação social, promovendo a educação antirracista em ambientes empresariais, acadêmicos e escolares. Em parceria com instituições, buscamos construir ambientes inclusivos, equitativos e livres de discriminação racial.

Almejamos **inspirar mudanças reais** na maneira como as pessoas encaram o tema do racismo. Valorizamos a diversidade étnica e, através do diálogo e da compreensão aspiramos criar um ambiente **onde todas as vozes sejam não apenas ouvidas e possam se pronunciar, mas genuinamente valorizadas e respeitadas.**

Sobre o que é este material distribuído?

A cartilha educativa que você recebeu aborda diversos temas relacionados à **conscientização antirracista.** Aqui você irá compreender brevemente termos e conceitos, relembrar a história de escravidão no Brasil, o porquê de o racismo existir e ainda ser muito perpetuado, algumas políticas púbicas de inclusão. Com essa cartilha, você também será inserido na prática de consciência de si mesmo, como identificar o racismo e denunciá-lo. Além de receber ao final algumas indicações de livros e filmes para continuar estudando sobre antirracismo.

Entendendo alguns termos e conceitos:

O que é Raça?
Em termos sociais, o uso do termo raça é usado enquanto senso comum para determinar grupos étnicos a partir de suas características genéticas.

O que é Etnia?
A etnia refere-se a um grupo social em que a identidade é definida por meio do compartilhamento de uma língua, cultura, tradições e territórios.

O que é Racismo?
Ideologia que sustenta a crença na superioridade de certos grupos étnicos, resultando em discriminação e marginalização com base na origem racial.

O que é Racismo Estrutural?
Refere-se a padrões sistêmicos e institucionais que perpetuam a Discriminação racial. No Brasil, essa estrutura está entrelaçada com a história pós-abolição da escravatura, manifestando-se em desigualdades educacionais, de emprego, acesso à moradia e outros aspectos da vida cotidiana.

O que é desigualdade racial?
Fenômeno social que se refere à disparidade e injustiça sistemática entre diferentes grupos étnico-raciais em termos de oportunidades, acesso a recursos, poder e trabalho.

O que é Antirracista?

Antirracista é aquele que se engaja de forma consciente e ativa em um processo de resistência ao racismo. O antirracismo questiona e confronta as normas que perpetuam práticas discriminatórias em uma sociedade estruturalmente desigual. O objetivo é promover, de maneira proativa, a transformação de políticas, comportamentos e crenças que fortalecem a discriminação racial.

"Numa sociedade racista, não basta não ser racista. É necessário ser antirracista"
- Angela Davis

Contextualizando

A história de escravidão no Brasil remonta ao período colonial, onde milhões de africanos foram trazidos como escravizados para trabalhar nas plantações e em outros setores da economia. O racismo no país tem raízes profundas nesse contexto, pois **a escravidão estabeleceu a base para hierarquias raciais, discriminando e marginalizando os negros.**

Políticas Públicas

Essas leis têm um papel crucial no combate ao racismo no Brasil. A **Lei 7.716/89** define o preconceito racial como crime, destacando que não é apenas politicamente incorreto, mas uma ameaça à harmonia e justiça social. **A Lei 14.532** complementa, criminalizando a injúria racial e reforçando que atos discriminatórios terão consequências legais. O Estatuto da Igualdade Racial (**Lei 12.288/10**) promove a igualdade racial, incluindo ações afirmativas para superar desigualdades históricas. A Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (**Lei 12.796**) introduz a diversidade étnico-racial no ensino, incentivando uma educação que valoriza a pluralidade cultural. Essas leis não apenas reconhecem a gravidade do racismo, mas também estabelecem uma base legal sólida para combater suas manifestações, enfatizando que o preconceito é uma ameaça à coesão social e à justiça na sociedade.

Consciência da Própria Negritude

Identificar-se como uma pessoa negra envolve um processo de construção diária de identidade, especialmente quando confrontada com padrões sociais e preconceitos internalizados. Para quem passa por essa jornada, algumas reflexões são fundamentais:

1. **Reconhecimento da Própria Identidade:** Questionar a própria identidade negra envolve superar dúvidas e desconstruir preconceitos internalizados. É um processo de olhar para si mesmo e aceitar a complexidade e diversidade dentro da identidade negra.

2. **Consciência Histórica e Racial:** Compreender a história da escravidão e a formação do racismo estrutural no Brasil é essencial. Questionar como essa história impactou a própria vida e identidade é parte fundamental do processo de conscientização.

3. **Desconstrução de Estereótipos:** Identificar e desconstruir estereótipos e preconceitos presentes na própria história e na sociedade é um passo crucial. Envolve revisitar experiências passadas e reconhecer o impacto do racismo nas relações interpessoais.

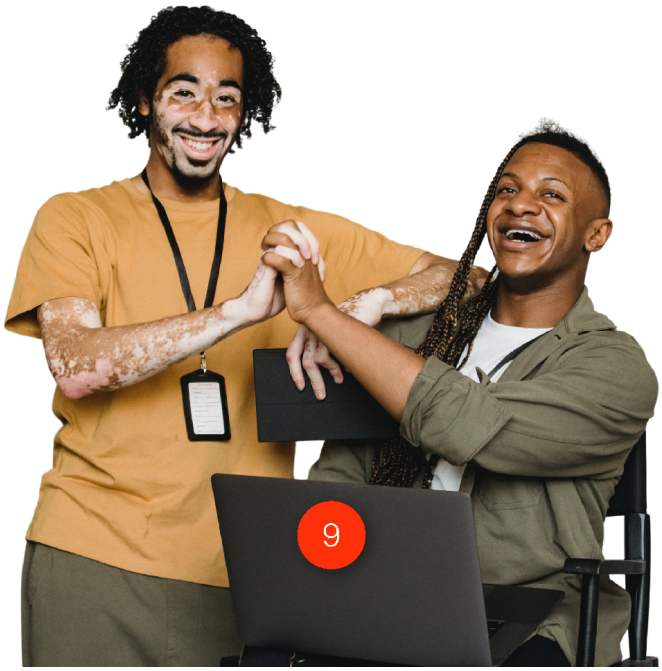
4. **Aceitação da Estética e Cultura Negra:** Valorizar a estética e cultura negra, reconhecendo a beleza e riqueza cultural presente na diversidade de tons de pele, cabelos e expressões artísticas. Isso inclui aceitar e amar a si mesmo, mesmo quando a sociedade impõe padrões eurocêntricos.

6. Aceitação e Reconhecimento: Reconhecer que a negritude é uma parte intrínseca da identidade, independentemente de padrões preestabelecidos. Aceitar que a jornada pode ser desafiadora, mas é um processo de autenticidade e liberdade.

7. Empoderamento através da Consciência: A consciência da própria identidade negra é um ato de empoderamento. Reconhecer as próprias raízes e a contribuição para a construção de uma sociedade mais justa e equitativa é uma forma de fortalecimento pessoal e coletivo.

8. Busca Contínua pela Consciência: A jornada de construção da identidade negra é contínua. A busca por conhecimento, a participação em diálogos e a conexão com a comunidade negra contribuem para a consciência e fortalecimento constante.

Ao questionar-se sobre a própria identidade negra, é fundamental abraçar a complexidade desse processo e celebrar cada etapa como um ato de re-sistência e autoafirmação.



Como identificar o Racismo?

Identificar o racismo requer sensibilidade para reconhecer padrões discriminatórios e atitudes preconceituosas. Aqui estão algumas indicações de como identificar o racismo em diferentes contextos:

No Ambiente Familiar:

1. **Comentários e Piadas:** Observar se há comentários ou piadas que reforcem estereótipos raciais, mesmo que disfarçados de humor.

2. **Tratamento Diferenciado:** Ficar atento a tratamentos diferenciados baseados na cor da pele, seja em relação a elogios ou críticas.

3. **Restrições e Expectativas:** Identificar se há imposições de restrições ou expectativas específicas com base na origem étnica.

4. **Exclusão Social:** Observar se membros da família são excluídos de atividades com base em características raciais.

5. **Desigualdades na Educação e Oportunidades:** Avaliar se há desigualdades no suporte educacional e nas oportunidades oferecidas a membros da família com base em sua origem étnica.

No Ambiente Acadêmico:

1. **Discriminação em Sala de Aula:** Observar se há discriminação ou tratamento diferenciado de alunos com base em sua cor de pele.

2. **Conteúdo Curricular:** Analisar se o conteúdo curricular inclui perspectivas e contribuições diversas de diferentes grupos étnicos.

3. **Acesso a Recursos:** Identificar se há disparidades no acesso a recursos educacionais, como livros, tecnologia e oportunidades extracurriculares.

4. **Comentários de Colegas e Professores:** Estar atento a comentários racistas de colegas ou professores e como a instituição lida com essas situações.

5. **Estereótipos na Avaliação:** Verificar se há aplicação de estereótipos raciais nas avaliações de desempenho.

No Ambiente Empresarial:

1. **Práticas de Contratação:** Avaliar se as práticas de contratação são inclusivas e se há diversidade nos quadros de funcionários.

2. **Assédio e Discriminação:** Identificar se há casos de assédio ou discriminação racial no ambiente de trabalho.

3. **Promoções e Oportunidades:** Verificar se existem disparidades nas promoções e no acesso a oportunidades de desenvolvimento profissional.

4. **Cultura Organizacional:** Analisar a cultura organizacional quanto à valorização da diversidade e se há programas para combater o racismo.

5. **Acessibilidade a Cargos de Liderança:** Observar se há barreiras que impedem o acesso de profissionais de diferentes origens étnicas a cargos de liderança.

Expressões Racistas

Algumas manifestações de crimes de discriminação e racismo têm origem na utilização inadequada do vocabulário. Existem diversas maneiras apropriadas de desenvolver novos vocabulários sem conotações racistas. Algumas dessas expressões, que não devem ser usadas são:

1. **"Meia tigela":** Derivada das condições de trabalho nas minas de ouro, é agora usada para denotar algo sem valor.

2. **"Mulata":** Ao pé da letra significa cruzamento de jumento com égua. A carga pejorativa é ainda maior quando se diz “mulata tipo exportação”, reforçando a visão errada de mulheres negras como mercadorias sensuais.

3. **"Cor do pecado":** Associada à mulher negra sensualizada, reforçando estereótipos.

4. "Não sou tuas negas": Reflete a visão da mulher negra como disponível para qualquer um, ligada à escravidão.

5. "Denegrir": Significa difamar, mas carrega a conotação de "tornar negro" algo maldoso.

6. "A coisa tá preta": Associa "preto" a situações desconfortáveis, perpetuando estereótipos negativos.

7. "Serviço de preto": Refere-se a uma tarefa malfeita, relacionando negativamente o trabalho dos negros.

8. "Inveja branca": Associa o negro a comportamentos negativos, suavizando a inveja se for "branca".

9. "Cabelo ruim ou cabelo duro": Reflete preconceitos sobre texturas de cabelo afro.

10. "Feito nas coxas": Originou-se na época da escravidão, referindo-se à produção de telhas.

11. "Nhaca": Utilizada para referir-se a um odor forte, com origens discriminatórias.

12. “Criado Mudo”: Faz referência às pessoas negras escravizadas responsáveis pelos serviços domésticos, que tinham a atribuição de segurar objetos pertencentes a suas senhoras e seus senhores, servindo de apoio permanente

13. “Macumbeiro/Galinha de macumba/Chuta que é macumba": Expressões discriminatórias contra praticantes de religiões de matriz africana.

Práticas que indicam atos discriminatórios

Com frequência, uma prática comum refere-se ao atendimento no **setor comercial**, onde alguns clientes se recusam a ser atendidos por uma pessoa negra.

Em **círculos sociais**, é notável que a maioria é chamada por nome ou sobrenome, enquanto a única pessoa que recebe apelidos é aquela de origem negra.

No **contexto corporativo**, a presença de indivíduos negros em cargos de liderança é escassa, independentemente da natureza nacional ou internacional da empresa. No entanto, observa-se o oposto em funções de base, onde a maioria é composta por pessoas negras.

Quando abordamos a **religião**, expressões vinculadas às matrizes africanas enfrentam desafios em ambientes educacionais, ao contrário de outras cren-

Como denunciar?

Sofreu ou viu alguém sofrendo racismo? Não hesite em denunciar!

Se você foi vítima de racismo, é fundamental tomar medidas imediatas. Em casos de agressão física ou verbal, ligue para o **Disque 190** e, se possível, reúna testemunhas no local até a chegada da polícia.

Faça uma denúncia na delegacia mais próxima, podendo ser em uma especializada em crimes raciais.

Após o registro correto, o caso será encaminhado ao Ministério Público para providências criminais.

Você pode processar o agressor iniciando ações judiciais criminal e cível após fazer o boletim de ocorrência. A busca por justiça é impulsionada pelo processo criminal, enquanto o cível visa indenização à vítima ou a uma entidade representativa em casos de racismo. Procure a orientação de um advogado.

Se a violência ocorreu na internet, reúna evidências como prints da tela e denuncie na delegacia. Além disso, denuncie o agressor na rede social, onde a punição pode incluir a exclusão do perfil.

Se nunca foi vítima, mas presenciou um crime de injúria racial, filme a situação e ofereça apoio à vítima para ir à delegacia. Em casos de racismo, a testemunha pode denunciar autonomamente, mas é crucial reunir provas antes de fazê-lo.

Contribua ativamente combatendo o racismo: converse sobre o tema, apoie instituições, e, se possível, faça doações. Como produtor de conteúdo, utilize sua voz para informar e instruir. Compartilhe informações, pois disseminar conhecimento é essencial para combater o racismo. Não se cale!

Denuncie!

Estude sobre o Racismo

Segue abaixo indicação de alguns conteúdos para te ajudar nessa jornada de conhecimento:

Filmes e Documentários

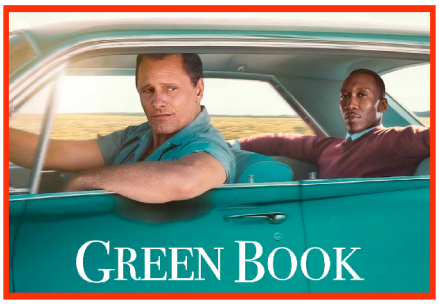
1. "12 Anos de Escravidão" (2013) - Dirigido por Steve McQueen, retrata a história de Solomon Northup, um negro livre que é sequestrado e vendido como escravo, explorando sua luta por sobrevivência ao longo de 12 anos. Disponível no Star+.

2. "Eu Não Sou Seu Negro" (2016) - Narrado por Samuel L. Jackson, este documentário reflete sobre a experiência negra nos EUA, explorando o livro inacabado de James Baldwin e conectando as lutas históricas aos movimentos atuais. Disponível no Globoplay e Prime Video.

3. "Selma: Uma Luta Pela Igualdade" (2014) - Dirigido por Ava DuVernay, aborda a luta de Martin Luther King Jr. pelo direito de voto dos afrodescendentes, culminando na histórica marcha de Selma a Montgomery, Alabama. Disponível no Prime Video.

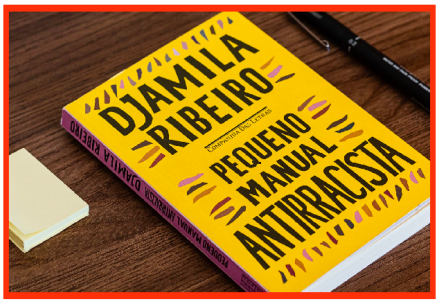
4. "A 13ª Emenda" (2016) - Documentário dirigido por Ava DuVernay, ganhador do Oscar, explora a décima terceira emenda à Constituição dos EUA e sua conexão com o encarceramento em massa, destacando as consequências para a comunidade negra. Disponível na Netflix.

5. "Green Book: O Guia" (2019) - Vencedor do Oscar de Melhor Filme, dirigido por Peter Farrely, é baseado em uma história real que segue o pianista afro-americano Dr. Don Shirley e seu motorista ítalo-americano, enfrentando o racismo no sul dos EUA. Disponível no HBO Max.



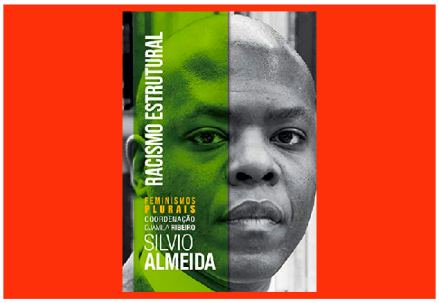
Livros

1. "Pequeno Manual Antirracista" de Djamila Ribeiro (2019) - Ensaio prático e conciso abordando temas como atualidade do racismo, negritude e violência racial.



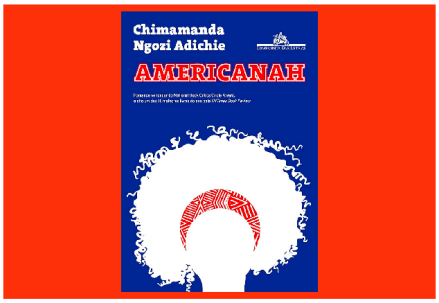
2. "Uma História Feita por Mãos Negras" de Beatriz Nascimento (2019) - Coletânea de textos que resgatam a história do negro no Brasil, desafiando visões simplistas e destacando a contribuição negra na sociedade.

3. "Racismo Estrutural" de Silvio Almeida (2019) - Explora o conceito de racismo institucional e discute como ele está intrinsecamente ligado à estrutura social, política e econômica do Brasil.



4. "Quarto de Despejo" de Carolina Maria de Jesus (2021) - Diário que expõe a dura realidade de Carolina, uma catadora de papel, revelando as adversidades de viver na favela do Canindé, em São Paulo.

5. "Americanah" de Chimamanda Ngozi Adichie (2014) - Romance que aborda questões como imigração, preconceito racial e desigualdade de gênero através da história de Ifemelu e Obinze, proporcionando uma perspectiva envolvente sobre as experiências negras.



Referências

SIGNIFICADOS. Disponível em: <https://www.significados.com.br/raca/>. Acesso em: 23 nov. 2023.

UOL. Disponível em: <https://brasilescola.uol.com.br/sociologia/etnia.htm>. Acesso em: 23 nov. 2023.

UOL. Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/sociologia/racismo.htm>. Acesso em: 23 nov. 2023.

ECYCLE. Disponível em: <https://www.ecycle.com.br/antirracista/>. Acesso em: 23 nov. 2023.

FIA. Disponível em: <https://fia.com.br/blog/desigualdade-racial/#:~:text=e%20no-,no%20mundo.-,O%20que%20%C3%A9%20desigualdade%20racial%3F,e%20racismo%2C%20alguns%20at%C3%A9%20institucionalizados.>. Acesso em: 23 nov. 2023.

JORNAL DA USP. Disponível em: <https://jornal.usp.br/artigos/a-escravizacao-e-racismo-no-brasil-mazelas-que-ainda-perduram/>. Acesso em: 23 nov. 2023.

JUSBRASIL. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/fui-vitima-de-racismo-o-que-fazer/855774235>. Acesso em: 23 nov. 2023.

TODAS
AS VOZES
Qualquer tipo de ato racista
deve ser denunciado!
LIGUE 190