

RCEG

Revista Científica
Estácio Goiás

FICHA CATALOGRÁFICA DA REVISTA
DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO(CPI)
CENTRO UNIVERSITÁRIO ESTÁCIO DE GOIÁS
CATALOGAÇÃO NA FONTE / BIBLIOTECA FESGO
VERA LÚCIA MARÇAL DANTAS – BIBLIOTECÁRIA – CRB 1420

INÁCIO, Moisés Moraes; SANTANA, Ana Carolina de; (org.).
Revista Científica Estácio de Goiás - Goiânia, GO
v.01, nº 1, Out/ 2024.
Nota: Revista do Centro Universitário Estácio de Goiás.
I. Componentes curriculares extensionistas
II.Título: Revista Científica Estácio de Goiás
III. Publicações Científicas

APRESENTAÇÃO

A Revista Científica Estácio Goiás - RCEG é um periódico científico eletrônico multidisciplinar, sendo dirigido à comunidade científica: professores, pesquisadores, estudantes e profissionais que atuam em diferentes áreas de conhecimento. A revista aborda as áreas de Engenharia Civil, Arquitetura e Urbanismo, Artes, Design e Moda, Administração e Ciências Contábeis, Direito, Ciência da Computação e Análise e Desenvolvimento de Sistemas, Psicologia, Biomedicina, Farmácia, Nutrição e Educação Física. A Revista Científica Estácio Goiás - RCEG tem por missão disseminar e divulgar o conhecimento através de arquivos originais, ampliando e promo-

vendo o debate acerca de assuntos de interesse da comunidade científica e sociedade brasileira. Na sua primeira edição a revista aborda a área temática de Comunicação e Cultura, em consonância com as políticas ligadas às diretrizes para a educação ambiental, educação étnicoracial, direitos humanos e educação indígena, buscando promover conexões entre conhecimentos históricos, estéticos e culturais, valorizando as especificidades locais e os aspectos humanísticos, que permitem compreender a complexidade e a interdisciplinaridade inerentes ao design, design de moda e ao design gráfico e às transformações sociais que o afetam.

REVISTA CIENTÍFICA ESTÁCIO GOIÁS
CENTRO UNIVERSITÁRIO ESTÁCIO DE GOIÁS
VOLUME I, NÚMERO 01, Out/2024
PERIODICIDADE: SEMESTRAL

EDITORIA CIENTÍFICA

Ana Carolina de Santana
Moisés Morais Inácio

CONSELHO EDITORIAL EXECUTIVO

Ana CarolinA de Santana
Jheneffer Silva Santos Duarte
Moisés Morais Inácio
Rayssa Aragão Porcino

CONSELHO EDITORIAL EXECUTIVO

EXTERNO

Adeliane Castro da Costa
Arthur Carvalho e Silva
Emiliano Alves de Freitas Nogueira
Flavio Gomes de Oliveira
Guilherme Dutra Gonzaga Jaime
Graciele Lorenzoni Nunes
José Luiz da Silva
Josimar Pires da Silva
Lorena Pompei Abdala
Maiara Heil Cancian
Murilo Borsio Bataglia

CONSELHO EDITORIAL CONSULTIVO

Ana Carolina de Santana
Moisés Morais Inácio
Rayssa Aragão Porcino

**EQUIPE TÉCNICA:
EDITORAÇÃO ELETRÔNICA,
COORDENAÇÃO GRÁFICA, CAPA E
REVISÃO DE FORMATAÇÃO**

Alysson Plínio Estevo
Ana Carolina de Santana
Isabele Maria Geraldo Barbosa
Moisés Morais Inácio

**PROJETO EDITORIAL,
PROJETO GRÁFICO,
PREPARAÇÃO, REVISÃO GERAL:**

Alysson Plínio Estevo
Ana Carolina de Santana
Isabele Maria Geraldo Barbosa
Moisés Morais Inácio

REVISÃO TÉCNICA

Ana Carolina de Santana
Edinaldo Alves de Araújo
Isabele Maria Geraldo Barbosa
Moisés Morais Inácio

**ENDEREÇO PARA
CORRESPONDÊNCIA:**

Av. Goiás Quadra 2.1, nº 2151, Lote Área,
Loja 02, Setor Central, Goiânia-GO - Brasil
CEP: 74.063-010

INFORMAÇÕES:

Tel.: (62) 3999-4119

E-MAIL:

revista.estaciogoiás@estacio.br

REITOR

Guilherme Guterres Graças Cavalcanti

PRÓ-REITORA DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS

Heloísa Kuckelhaus Pinheiro Jorge

PRÓ-REITORA DE GRADUAÇÃO

Rayssa Aragão Porcino

**PRÓ-REITOR DE PÓS-GRADUAÇÃO, PESQUISA,
EXTENSÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO**

Moisés Morais Inácio

EDITORES CIENTÍFICOS

Ana Carolina de Santana
Moisés Morais Inácio

CENTRO UNIVERSITÁRIO ESTÁCIO DE GOIÁS

www.go.estacio.br

SUMÁRIO

Design, sociedade e cultura

- 01** **Confiança colorida: promovendo a beleza e identidade de mulheres negras através da coloração pessoal** _____ **p. 07**
Ana Carolina de Santana, Érika G. Silva, Everson Caldeira, Glecianna F. Martins, Jenyffer V. Zardini, Lailma Q. de A. Abadia, Letícia Paniago, Maria Eduarda M. de Oliveira, Marcela Thamires R. Matos, Nivalda Rosa de J. P. T. C. dos S.
- 02** **Retinto Café: desenvolvimento de projeto de design social para combater o racismo etário** _____ **p. 16**
Ana Carolina de Santana, Brunna D. Reis, Carla S. da Silva, Lucas de L. A. Bastos, Mariela F. Rodrigues, Matheus T. Mendes, Milena Beatriz L. Oliveira, Thiago P. de Moraes, Rubyane de O. Silva
- 03** **Comunidade nipo-brasileira em Goiás: projeto extensionista desenvolvido no Clube Kaikan** _____ **p. 24**
Ana Carolina de Santana, Anne Emanuele C. Gonçalves, Brunno C. Oliveira, Giovanna B. Manso, Iago P. de Souza, João Victor F. C. Senna, João Vitor A. Mendonça, João Vitor B. Carvalho, Lucas dos S. Mendes, Márcio P. Henrique, Rodrigo X. N. Júnior
- 04** **O Branco do terreiro: o racismo religioso visto pelos adeptos das religiões afro-brasileiras** _____ **p. 32**
Ana Carolina de Santana, Bianca A. de A. Terra, Daniel A. Bailona, Daniella H. Soares, Gabrielly F. Rodrigues, Igor J. M. Moreira, Layane de O. Passarinho, Rafael E. de Almeida
- 05** **Design social e antirracismo: a luta da norocity através das batalhas de MCs** _____ **p. 40**
André Paranhos Assis Valle, Gabriel Gonçalves Santana, Isabele Maria G. Barbosa, Marcos Antônio Felix de Mora, Patryck Alex Fernandes de Souza e Paulo R. Aragão
- 06** **Promovendo a diversidade étnico-racial no ensino fundamental: uma análise do projeto “5º ano e seus tons de pele”** _____ **p. 45**
Carlos Henrique Alves da Silva, Isabele Maria G. Barbosa, Joyce Geovana do C. Carvalho, Lara Jordana G. de Souza, Lucas dos Santos Silva, Maria Laura Lima Pereira, Maria Letícia Arruda Silva, Pedro Lucas Silva Santiago, Sttefany Rosa dos Santos e Victor Hugo Cirqueira de Paula
- 07** **O design como ferramenta de transformação social: estudo de caso do projeto “inglês para todos”** _____ **p. 52**
Ana Cláudia de Carvalho, Arthur M. Barroso, Geovana O. Silva, Isabele Maria G. Barbosa, João Pedro C. Silva, João Vitor Alves Santos, Lucas Eduardo Firmino Silva, Matheus Henrique Barbosa Roriz, Paulo Ribeiro dos Santos Júnior e Simeone Philipe Parreira
- 08** **O poder do design social na promoção da inclusão cultural: O impacto do projeto águas de menino na luta antirracista** _____ **p. 58**
Anderson Gabriel L. Ribeiro Serafim, Eduardo S. Mateus, Emanuely G. de Sousa, Guilhermy Ferreira Lima, Isabele Maria G. Barbosa, Loiane S. de Matos Melo, Maria Victoria de Medeiros Arrais, Nathalia R. Fenandes Guimarães e Pedro Vitor Farias Peres

09

Valorização e defesa dos povos indígenas: um projeto de extensão universitária _____ **p. 63**

Alanis Fernandes Silva, Cauã Luís Oliveira Barros, Isabel Franco Moreira, Isabele Maria Geraldo Barbosa, Lucas Trindade Brito, José Marlon de Souza Cardoso, Victor Carlos Nunes Silva, Vitor Miguel Mendes Lima e Pablo Gabriel Romano Souto

10

Expressão de Identidade: Transformando estilos para empoderar a juventude _____ **p. 68**

Ana Lucia Alves Leite, Edinaldo Alves de Araújo, Isabella Cristina Firmino Oliveira, Maria Elizângela Silva e Marianne Alves Martins

CONFIANÇA COLORIDA: PROMOVENDO A BELEZA E IDENTIDADE DE MULHERES NEGRAS ATRAVÉS DA COLORAÇÃO PESSOAL

COLORFUL CONFIDENCE: PROMOTING THE BEAUTY AND IDENTITY OF BLACK WOMEN THROUGH PERSONAL COLOR

Ana Carolina de Santana¹, Érika G Silva², Everson Caldeira², Glecianna F. Martins², Jenyffer V. Zardini², Lailma Q. de A. Abadia², Letícia Paniago², Maria Eduarda M. de Oliveira², Marcela Thamires R. Matos², Nivalda Rosa de J. Paula².

1.Docente do CST em Design de Moda do Centro Universitário Estácio de Goiás; 2.Discente do CST em Design de Moda do Centro Universitário Estácio de Goiás. Avenida Goiás, Quadra 2.1, Lote Área, Loja 2, 2151 -Setor Central. CEP: 74063010.

Recebido em 01/08/2024. Aceito para publicação em 18/09/2024

RESUMO

Este artigo relata as atividades desenvolvidas no projeto Confiança colorida: Como as mulheres negras podem fazer sucesso em qualquer tom com estilo, na disciplina extensionista Design, Sociedade e Cultura do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda do Centro Universitário Estácio de Goiás. A professora orientadora e os discentes atuaram na realização de oficinas de coloração pessoal para mulheres negras, com o emprego de metodologias participativas, no empoderamento de comunidades, por meio da valorização da identidade de mulheres negras através da coloração pessoal.

PALAVRAS-CHAVE: moda, identidade negra, coloração, design social.

ABSTRACT

This article reports on the activities developed in the Colorful Confidence project: How black women can be successful in any tone with style, in the extension subject Design, Society and Culture of the Higher Education Course in Fashion Design Technology at Centro Universitário Estácio de Goiás. The professor advisor and the students worked to carry out personal coloring workshops for black women, using participatory methodologies, in empowering communities, by valuing the identity of black women through personal coloring.

KEYWORDS: fashion, black identity, coloring, social design

INTRODUÇÃO

O objetivo desse artigo é relatar as atividades desenvolvidas no projeto Confiança colorida: Como as mulheres negras podem fazer sucesso em qualquer tom com estilo, na disciplina extensionista Design, Sociedade e Cultura do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda do Centro Universitário Estácio de Goiás. Com o emprego de metodologias participativas em projetos sociais, foram realizadas oficinas de coloração pessoal para mulheres negras.

Conforme a estilista Débora Simon “O mercado de moda é muito branco, apesar de a maioria do Brasil ser negra”. Foi assim que, surgiu a ideia para o projeto Confiança Colorida, consultoria de coloração pessoal para mulheres negras. Conforme Simon, o mercado de moda é branco por questões estruturais, já que o poder aquisitivo limita o acesso ao serviço e à área profissional. Com isso, mulheres negras geralmente não conseguem pagar por uma consultoria de coloração pessoal. “O valor do meu serviço é R\$ 550. Mas, para acabar com essa história de não conseguirmos atender mulheres negras, atendo por R\$ 187”, explica Simon sobre seu empreendimento, que tem viés social (SÉ, 2022).

Conforme explica Letícia Sé (2022), a coloração pessoal é um método de análise de moda que foi criado na década de 1940 por uma estilista dos Estados Unidos, Suzanne Caygill. Ela catalogou tons de pele e cores que harmonizam com eles em roupas e acessórios. Segundo seu método,

existem quatro tipos de pessoas: O ‘método sazonal expandido’ se baseia na natureza do hemisfério norte. Inverno, outono, primavera e verão representam tonalidades de pele, olhos e cabelo com mais ou menos contraste”. Mas Débora Simon adverte que “O problema é que, nesse mercado, todo mundo categorizava qualquer pele negra como ‘outono’ – o que não é verdade”, diz a estilista. Simon conta que exemplos da diversidade da análise de coloração pessoal em mulheres negras são Rihanna (que combina com a cartela verão), Willow Smith (primavera), Beyoncé (outono) e Lupita Nyong’o (inverno) (SÉ, 2022).

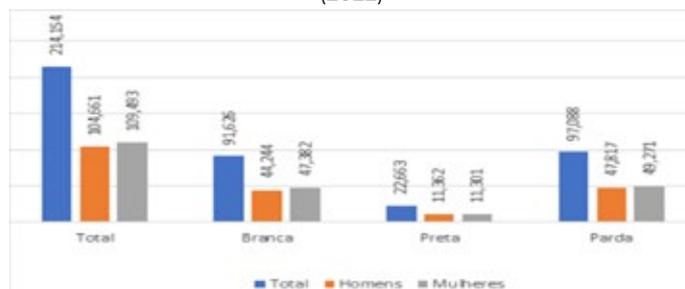
Com base nas problemáticas apresentadas pela estilista Débora Simon, o projeto buscou explorar como tema o combate ao racismo, decidiu propor o “Confiança colorida: Como as mulheres negras podem fazer sucesso em qualquer tom com estilo”, que irá ser uma ação de Coloração pessoal. Com a aplicação de técnicas do visagismo “o indivíduo consegue transmitir corretamente sua imagem pessoal, através de técnicas aplicadas para um melhor corte de cabelo, maquiagem mais adequada, entre outros pontos importantes. A construção de uma imagem pessoal personalizada revela o que realmente a pessoa é e o que está expressando.” (DE OLIVEIRA, A. 2014).

Mulheres negras no Brasil

Segundo o Informe do Ministério de Igualdade Racial o Brasil, apresentado pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua de 2022, retrata uma sociedade majoritariamente negra, na qual a população preta e parda totaliza 119,75 milhões de brasileiros e responde por 56% da população total. As mulheres negras são o maior grupo populacional, 60,6 milhões, sendo 11,30 milhões de mulheres pretas e 49,3 milhões de mulheres pardas que respondem por mais de 28% da população total (MIR, 2023). Esse grupo vivencia constantemente experiências de racismo, sexismo, clasismo, dentre outros marcadores, que contribuem para a (re)produção de condições de desvantagem em todas as dimensões da vida (ALVES, 2021). Diante deste cenário, as mulheres negras são afetadas em todos

os âmbitos da vida: relações, condições de viver, estudar, trabalhar, morar, psicológico e dentre outros sentidos.

Figura 1 – População residente, por gênero e raça/cor. Brasil (2022)



Fonte: Relatório MIR (set, 2023)

As mulheres negras brasileiras, ocupam condições desfavorecidas na sociedade em relação a condições de pobreza e vulnerabilidade; posições no campo do trabalho e salários; acesso a bens e à internet; níveis de escolaridade - ficando à frente somente dos homens negros; e expectativa de vida quando comparadas com as mulheres brancas (MARCONDES et al., 2013).

Assim como o racismo e a discriminação de gênero, o menor nível de escolaridade das mulheres negras contribui para sua pior inserção no mercado de trabalho em relação às mulheres brancas (MIR, 2023). Conforme o Ministério de Igualdade Racial em 2018, quase 48% das mulheres negras ocupadas estavam em ocupações informais, entre as mulheres brancas, esse percentual foi de menos de 35%. A informalidade no mercado de trabalho geralmente é associada ao trabalho precário e à falta de proteção social, que limita o acesso a direitos básicos, como a remuneração pelo salário-mínimo e a aposentadoria (IBGE, 2019).

Segundo o Ministério de Igualdade Racial a inserção mais precária no mercado de trabalho faz com que os rendimentos do trabalho das mulheres negras também sejam menores e a pobreza seja maior. Em 2018, como mostra a figura 2, o rendimento médio das mulheres negras foi de menos de 60% do rendimento das mulheres brancas. Quando comparadas aos homens brancos, esse indicador é inferior a 45%. A desigualdade de rendimentos está diretamente ligada à pobreza, que,

embora existam controvérsias, geralmente é medida com base em um limiar de renda que seria suficiente para o atendimento das necessidades básicas. Considerando-se o limiar de renda proposto pelo Banco Mundial de US\$5,50 PPC (Paridade do Poder de Compra), o IBGE estima que 33,5% das mulheres negras vivem em domicílios em que o rendimento domiciliar per capita está abaixo da linha de pobreza. Entre as mulheres brancas, esse indicador atinge pouco mais de 15% (IBGE, 2019b).

Figura 2 – Razão de rendimentos das pessoas ocupadas, 2018 (%)



Fonte: IBGE (2019)

Nesse contexto foi possível observar que as mulheres negras são maioria no setor de serviços e cuidados (67%), onde a informalidade é maior e o acesso a direitos básicos, como o salário-mínimo e a aposentadoria, é limitado.

Com base na pesquisa de Claudia de Oliveira Alves em sua tese de doutorado Empoderamento de mulheres negras e política nacional de assistência social: mecanismos e diretrizes para intervenções (2021), ela deixa claro que existem três tipos de empoderamento: o micro, meso e macrosocial. Dentro dos resultados do micros social foi apresentado no artigo “Os mecanismos no nível micros social mais referidos pelas participantes foram reconhecimento de si como mulher negra; consciência crítica da realidade sócio-histórica na qual o racismo se expressa; e fortalecimento da autoestima. (...) Se ver de uma forma positiva, se aceitarem como são, acreditar que são capazes se referem à autoestima, um dos mecanismos que mais apareceu. Ter amor-próprio, acreditar no seu valor e

se respeitar contribuem para o empoderamento” (ALVES, 2021, p. 84)

Após esta pesquisa o grupo entendeu que a não valorização da autoestima da mulher negra é uma das problemáticas do racismo estrutural. Tendo em vista que o papel do design contemporâneo é de mediador cultural, no sentido de comunicar, e da valorização de culturas, identidades e territórios (MARCONDES, et. Al., 2013).

Confiança Colorida: desenvolvimento do projeto

A instituição escolhida para realização do projeto “Confiança colorida: Como as mulheres negras podem fazer sucesso em qualquer tom com estilo” é o Spa e Estética Franciele Zardini, localizado no endereço Rua 2, Qd K1 lote 21 no Bairro Água Branca, Goiânia. Tendo como sua principal atividade procedimentos estéticos, massagens e cuidados com o corpo e pele das clientes. Composto por um grupo de 9 funcionárias, entre elas mulheres brancas, pardas e negras. O Spa e Estética Franciele Zardini, tem como público as mulheres goianas, que prezam pelo bem-estar, em ter uma autoestima elevada e que querem se sentir mais bonitas e valorizadas. Portanto, o grupo propôs um projeto de empoderamento, para as funcionárias de pele negra da clínica.

Figura 3: Organograma da SPA e Estética Franciele Zardini



Fonte: elaborado pelos autores (2024)

Na primeira visita realizada, parte do grupo de estudantes reuniram-se com a proprietária do SPA e Estética Franciele Zardini, para uma reunião de briefing, com o objetivo de entender as problemáticas pontuadas por ela e propor ações dentro do escopo do projeto. Conforme a proprie-

tária, a empresa possui um total de nove funcionárias do sexo feminino, entre elas cinco são declaradas negras. Na conversa foi informado que as colaboradoras sentem dificuldade de se sentirem bonitas e bem arrumadas no ambiente de trabalho. Segundo os relatos, a cor do uniforme e a exigência de cabelo preso são uns dos fatores que colaboram para tais desconfortos. Devido à essas reclamações que a proprietária recebe de maneira recorrente, foi solicitado que os estudantes da moda à ajudassem na valorização das mulheres no ambiente de trabalho.

Em razão de a maioria de suas colaboradoras serem declaradas negras, ela pediu uma ajuda bem específica para o público afro-brasileiro, pois são mulheres que enfrentam preconceito, racismo e precisam ter diariamente confiança, autoestima elevada, e serem valorizadas, principalmente no ambiente de trabalho.

Figura 4: Primeira visita no SPA e Estética Franciele Zardini



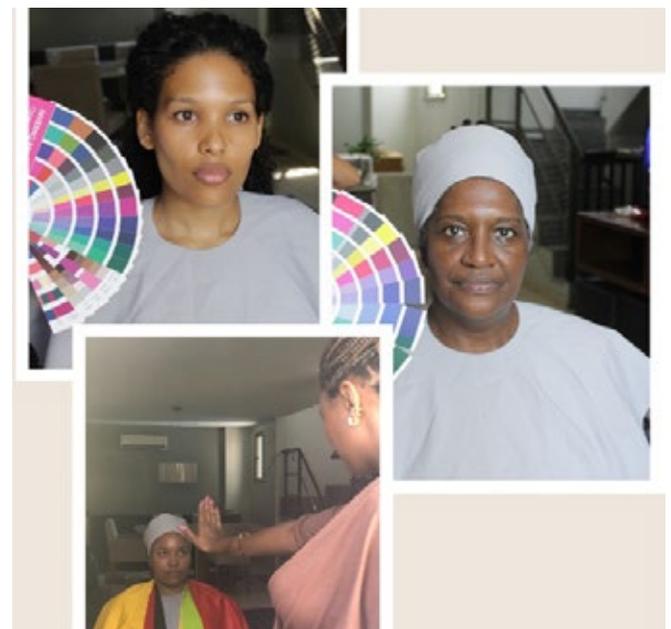
Fonte: elaborado pelos autores (2024)

Nessa visita, a proprietária pontuou que gostaria de propor a mudança da cor do uniforme e valorizar as excelentes profissionais da estética, melhorar a autoestima das suas colaboradoras, especialmente as com pele negra. Com isso em mente, o grupo propôs a coloração pessoal, oferecendo uma consultoria exclusiva para cada uma das mulheres, que possam tirar todas as suas dúvidas, sobre cores que as valorizam e em como elas podem usá-las para se sentirem mais bonitas e empoderadas, no âmbito pessoal e profissional. Com base nas problemáticas apresentadas pela SPA e Estética Franciele Zardini, o grupo propôs o projeto “Confiança colori-

da: Como as mulheres negras podem fazer sucesso em qualquer tom com estilo”, que realizou ações de Coloração pessoal para as colaboradoras. Com a aplicação de técnicas de Visagismo “o indivíduo consegue transmitir corretamente sua imagem pessoal, através de técnicas aplicadas para um melhor corte de cabelo, maquiagem mais adequada, entre outros pontos importantes. A construção de uma imagem pessoal personalizada revela o que realmente a pessoa é e o que está expressando” (OLIVEIRA, 2014).

Nesse sentido foram definidos os objetivos do projeto: valorizar a beleza da mulher negra por meio da coloração pessoal utilizando o método sazonal expandido completo, que contém dezesseis estações, objetivando descobrir a paleta de cores e qual delas valoriza ainda mais a beleza de cada uma; auxiliar na escolha de uma cor nova para o uniforme de todas as colaboradoras, escolhendo um tom que se encaixe melhor para todas, e que assim possam estar sempre bem radiantes no ambiente de trabalho, e propor um novo design de uniforme com a nova cor definida.

Figura 5: Coloração pessoal em mulheres negras pela estilista Déborah Simon



Fonte: Revista PEGN (2022)

A próxima etapa foi pesquisar projetos similares. O primeiro projeto que foi pesquisado de cunho social para mulheres negras é o Projeto A cor preta da estilista Déborah Simon. Ela desenvolveu cartelas

de cores baseadas no método das quatro estações, de Caygill, porém, com adaptações para a mulher negra brasileira. Em entrevista para Letícia Sé, Simon sinaliza: “Decolonizamos o método da coloração” (SÉ, 2022). Conforme a entrevista, além da própria Simon, o projeto tem mais oito consultoras que atendem mulheres negras com o valor acessível. Ela explica que essas colaboradoras ficam totalmente com a remuneração, mas que pede, ao fim dos atendimentos, que elas enviem os resultados das análises. “A Cor Preta tem muita pesquisa de campo. Todo esse estudo que o projeto demanda é muito rico, e pode ajudar a, futuramente, ser um projeto comercializado e rentável”, afirma Débora Simon (SÉ, 2022).

Figura 6: Débora Simon desenvolvendo o projeto A cor preta



Fonte: Revista PEGN (2022)

Conforme Simon A Cor Preta “é uma empresa com viés de projeto social, por não ter autossuficiência financeira e ter como princípio a resolução de um problema gerado pelo racismo no Brasil. A ideia é que o projeto seja apoiado financeiramente por empresas parceiras”.

Com base na pesquisa e análise do projeto de Simon, o projeto Confiança Colorida propõe ações que visem a valorização da identidade de mulheres negras. Diferente do que muitos pensam cada tom de pele negra tem uma paleta de cor diferente, temos tons de pele mais frios outros mais quentes então pelo método conseguimos identificar a paleta ideal para cada um individualmente. Com a coloração cada indivíduo consegue montar looks incríveis e que valorizam ainda mais a sua linda cor, sempre priorizando a sua essência.

Segundo Medeiros (2022): A colora-

ção pessoal é um estudo que busca definir as dimensões de cores presentes na pele, como a intensidade, a profundidade e a temperatura, e com isso avaliar quais as cores que melhor harmonizam com o subtom de pele de cada pessoa, que pode ser quente, frio ou neutro. Ainda, é determinado o contraste pessoal e a cartela de cores que será mais apropriada para as roupas, acessórios, cor de cabelo e maquiagem.

Através da coloração pessoal para chegar ao resultado desejado será utilizado o método sazonal expandido completo que contém dezesseis estações, podendo ser chamado também de método cromossoma. Nesse método temos a análise da íris, que tem o objetivo de manter a coloração o mais assertivo possível. Para Hugo Vicenzo em seu livro A cor do seu corpo “a coloração pessoal é a interação física das cores na pele, o que está escrito no DNA e encontramos ao passar tecidos” (2021). Nesta coloração pessoal, o principal objetivo da equipe é ajudar a cada participante a entender melhor sua cartela de cores e em consequência escolher roupas, acessórios e maquiagem que farão ficarem mais belas, valorizadas no ambiente de trabalho e ambiente casual, trazendo um bem-estar e empoderamento pessoal. A respeito da definição de empoderamento para mulheres negras, Oliveira (2022) traz a seguinte visão em sua tese: Pode-se também depreender que empoderamento refere-se à mudança de possibilidades de ação que estejam sendo dificultadas ou limitadas. Empoderamento seria, então, exercício de resistência que promove mudança por meio da transposição e redução de barreiras e leva a um maior controle sobre recursos de vida (materiais e simbólicos), garantia de direitos, bem-estar e melhores desfechos em saúde.

Fica evidente após as pesquisas de similares desenvolvidas no projeto que ações que visam a valorização da autoestima e o empoderamento da mulher negra são fundamentais na promoção da igualdade de gênero e no combate ao racismo estrutural. A valorização da autoestima envolve o reconhecimento e o cultivo de um senso de valor próprio, confiança e respeito por si mesma. Para a mulher negra, essa valorização é particularmente importante de-

vido às múltiplas formas de discriminação e opressão que enfrentam na sociedade. Fortalecer a autoestima é um ato de resistência e afirmação da própria identidade, contribuindo para que as mulheres negras se sintam empoderadas para enfrentar os desafios e alcançar seus objetivos. De acordo com Joice Berth, o empoderamento da mulher negra vai além do fortalecimento individual e visa também à transformação das estruturas sociais que perpetuam a desigualdade e a injustiça. Envolve o acesso igualitário a oportunidades educacionais, econômicas e políticas, bem como o reconhecimento e o combate às diversas formas de violência e discriminação de gênero e raça. O empoderamento incentiva as mulheres negras a ocuparem espaços de liderança, a participarem ativamente na formulação de políticas públicas e a serem agentes de mudança em suas comunidades (BERTH, 2018).

Para o desenvolvimento das oficinas de coloração foram adquiridos materiais como os tecidos de diversas cores para serem utilizados no método sazonal, espelho e cartela de cores de cada uma das dezesseis estações.

Figura 7: materiais para realização das oficinas de coloração pessoal



Fonte: elaborado pelos autores (2024)

Para a realização do projeto foram necessárias várias etapas, dentre elas: criação de um banner para o projeto “Confiança colorida: Como as mulheres negras podem fazer sucesso em qualquer tom com estilo” na SPA e Estética Franciele Zardini,

com objetivo de divulgar a data e local da ação:

Figura 8: Banner do projeto



Fonte: elaborado pelos autores (2024)

Foi realizado um layout para compor as cartelas de cores que serão distribuídas a cada participante após o resultado da sua coloração pessoal. Além disso, está sendo feito orçamento com gráficas para impressão de banner e cartelas de cores.

Figura 8: Identidade visual das cartelas de cores



Fonte: elaborado pelos autores (2024)

Figura 9: Principais cartelas de cores



Fonte: elaborado pelos autores (2024)

Após o material ter sido desenvolvi-

do, as oficinas foram realizadas. A primeira ação foi uma palestra onde foi apresentado o projeto, os objetivos e a participação das colaboradoras do sPA. Ao final da coloração foi realizada a avaliação das participantes sobre o projeto. Nesta coloração tivemos um total de cinco participantes com a pele negra ou parda. Sua principal participação foi em receber esta coloração juntamente com a sua cartela de cores impressa, além de poder tirar todas as dúvidas sobre montagem de looks, maquiagem e subtom da sua pele.

Figura 10: Realização das oficinas de coloração pessoal



Fonte: elaborado pelos autores (junho, 2024)

A imagem acima foi registrada no dia 01 de junho de 2024 no período da tarde na realização das oficinas do projeto “Confiança colorida: Como as mulheres negras podem fazer sucesso em qualquer tom com estilo”. O projeto se iniciou com pesquisas em livros, artigos científicos e material audiovisual de professores negros explicando sobre o racismo estrutural. No dia da ação, colocamos toda a pesquisa teórica e prática para realização das oficinas buscando desenvolver com eficiência tudo o que foi planejado como lanche, lista de presença, questionário, materiais para a realização da coloração pessoal no SPA e estética. Foi explorado o método Sazonal completo, analisando subtom da pele, intensidade e a temperatura para definir a cartela específica. A

o total foram quinze participantes que realizaram a oficina. Foi uma tarde enriquecedora, onde aprendemos mais sobre os tons de pele e mostramos às mulheres quais cores as valorizam ainda mais. Vários sorrisos foram vistos e após a ficha avaliativa que todas as participantes preencheram após

as oficinas, foi possível perceber que todas ficaram satisfeitas com a atividade.

A etapa seguinte foi analisar todos os resultados obtidos nas oficinas de coloração pessoal para a escolha da cor do uniforme, que também era um dos objetivos do projeto. Após análise percebemos que o cinza era o ideal para todas.

Figura 11: Mockup do novo uniforme



Fonte: elaborado pelos autores (junho, 2024)

Com o projeto acreditamos que através dos conhecimentos sobre moda, design e cultura pudemos elevar a autoestima de mulheres negras que sofrem todos os dias com preconceitos e discriminação.

Considerações finais

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) as mulheres auto identificadas como pretas e pardas, representam aproximadamente um quarto da população brasileira. Esse grupo vivencia constantemente experiências de racismo e discriminação que vêm contribuindo para a produção de condições de desvantagens em todos os pilares da sociedade, sendo assim, juntamente com alguns colegas de sala criamos o projeto “Confiança Colorida” que visa ajudar mulheres negras que trabalham em uma clínica de estética a descobrirem quais cores combinam com o seu tom de pele. Foram cerca de três meses de pesquisas e reuniões da equipe para o desenvolvimento do projeto.

Figura 12: Apresentação do projeto para banca avaliadora



Fonte: elaborado pelos autores (junho, 2024)

Essa foi a primeira experiência com projeto extensionista da maioria dos integrantes do grupo, todos estavam muito preocupados e nervosos sobre o que seria realizado em relação ao combate ao racismo. Após a primeira ideia de coloração pessoal, todos trabalharam arduamente para realização deste projeto. A autoestima é ponto importante para a valorização da pessoa negra, e o grupo se empenhou por meio dos conhecimentos da moda para elevar a autoestima e empoderar essas mulheres que participaram do projeto. Com certeza foi uma experiência de muita aprendizagem principalmente um projeto que não seria possível sem o incentivo dos professores e do Centro Universitário Estácio de Goiás.

Referências Bibliográficas

ALVES, Cláudia de Oliveira. Empoderamento de mulheres negras e política nacional de assistência social: mecanismos e diretrizes para intervenções. 2021. 179 f., il. Tese (Doutorado em Psicologia) — Universidade de Brasília, Brasília, 2021.

DE OLIVEIRA ALVES, Cláudia; MACEDO DE JESUS, Stéfane; GIARDINI MURTA, Sheila. Mecanismos de empoderamento de mulheres negras: um estudo qualitativo // Black Women Empowering Mechanisms: a qualitative study . Revista de Psicologia, [S. l.], v. 13, n. 2, p. 168– 183, 2022. DOI: 10.36517/10.36517/revpsiufc.13.2.2022.12. Dis-

ponível em: <http://periodicos.ufc.br/psicologiaufc/article/view/78491>. Acesso em: 27 ago. 2024.

MARCONDES, M. et al. Dossiê mulheres negras: retrato das condições de vida das mulheres negras no Brasil / organizadoras: Mariana Mazzini Marcondes ... [et al.]. - Brasília : Ipea, 2013.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Estudos e Pesquisas. Informação Demográfica e Socioeconômica, n. 41. Rio de Janeiro: IBGE, 2019a.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Síntese de indicadores sociais: uma análise das condições de vida da população brasileira: 2019. Coordenação de População e Indicadores Sociais. Rio de Janeiro: IBGE, 2019b.

Informe MIR - Monitoramento e avaliação - no 2 - Edição Mulheres Negras. Brasília-DF - Setembro de 2023. Acesso: março, 2023: Disponível em: <https://www.gov.br/igualdaderacial/pt-br/composicao/secretaria-de-gestao-do-sistema-nacional-de-promocao-da-igualdade-racial/diretoria-de-avaliacao-monitoramento-e-gestao-da-informacao/informativos/InformeMIRMonitoramentoeavaliaon2EdioMulheresNegras.pdf>

MEDEIROS, Natália Nunes. A influência da coloração pessoal na autoestima e autoimagem. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (CST em Design de Moda), UNESC/ SENAI, Criciúma, 2022.

MOURÃO, Nadja Maria; MACIEL, Rosilene Conceição; OLIVEIRA, Ana Célia Carneiro; “Design, consumo, cultura material e as relações com o território”, p. 355-365. In: São Paulo: Blucher, 2018.

OLIVEIRA, Aline de; LOURENÇO, Brenda Zaniolo; LOURENÇO, Bruna Zaniolo; NUEVO, Patrícia. A importância do visagismo

na construção da imagem pessoal. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Estética e Cosmética) – Organização Paranaense de Ensino Técnico Ltda., Curitiba, 2014.

SÉ, Letícia. Estilista cria cartela de análise de cores para mulheres negras. 2022. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Mulheres-empendedoras/noticia/2022/07/estilista-cria-cartela-de-analise-de-cores-para-mulheres-negras.html>

RETINTO CAFÉ: DESENVOLVIMENTO DE PROJETO DE DESIGN SOCIAL PARA COMBATER O RACISMO ETÁRIO

RETINTO CAFÉ: DEVELOPMENT OF A SOCIAL DESIGN PROJECT TO COMBAT AGE RACISM

Ana Carolina de Santana¹, Brunna D. Reis², Carla S. da Silva², Lucas de L. A. Bastos³, Mariela F. Rodrigues², Matheus T. Mendes², Milena Beatriz L. Oliveira³, Thiago P. de Moraes² e Rubyane de O. Silva²

1.Docente do CST em Design de Moda do Centro Universitário Estácio de Goiás; 2.Discente do CST em Design de Moda do Centro Universitário Estácio de Goiás; 3.Discente do CST em Design Gráfico do Centro Universitário Estácio de Goiás. Avenida Goiás, Quadra 2.1, Lote Área, Loja 2, 2151 -Setor Central. CEP: 74063010.

Recebido em 04/08/2024. Aceito para publicação em 19/09/2024

RESUMO

Este artigo relata as atividades desenvolvidas no projeto Retinto Café, na disciplina extensionista Design, Sociedade e Cultura do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda do Centro Universitário Estácio de Goiás. A professora orientadora e os discentes atuaram na realização de registro de histórias em documentário publicado em um site realizado pelo grupo de colaboradores desse projeto e um material gráfico de leitura, analisando a relação étnico-racial preta com o processo de abandono e inviabilização desses indivíduos, que vivenciam as consequências desse fenômeno até a terceira idade.

PALAVRAS-CHAVE: moda, identidade negra, etarismo, design social

ABSTRACT

This article reports on the activities developed in the Retinto Café project, in the extension subject Design, Society and Culture of the Higher Education Course in Fashion Design Technology at Centro Universitário Estácio de Goiás. The guiding teacher and the students worked to record stories in a documentary published on a website created by the group of collaborators of this project and a graphic reading material, analyzing the black ethnic-racial relationship with the process of abandonment and unviability of these individuals, who experience the consequences of this phenomenon until

old age.

KEYWORDS: fashion, black identity, ageism, social design

INTRODUÇÃO

A desvalorização etária agrega diversas problemáticas sociais, aspectos como silenciamentos destas vivências é um sintoma relevante deste cenário, uma vez que esses indivíduos têm suas histórias apagadas. O Racismo Etário perpassa o preconceito com pessoas negras mais velhas. É observável que o índice de mortalidade de indivíduos negros é acentuado em relação a pessoas brancas, uma vez que a taxa de mortalidade negra é 71% maior que os demais. Os negros têm mais chances a exposições de riscos, violência, ambientes de trabalhos precários, que podem acarretar patologias, e sofrem com a falta de uma boa escolaridade.

Para desenvolvimento do projeto foi escolhida a instituição A Instituição Solar Apóstolo Tomé, fundada em 1983, possui 41 anos de atuação e está localizada na Rua Vf 100, Quadra 76, Lote 3-8, S/N- Vila Finsocial, Goiânia- GO. Dedicam-se aos cuidados e a inclusão de idosos, que portam necessidades especiais.

O nome “Apóstolo Tomé” foi dado em homenagem ao apóstolo cristão. Kariny Kasong, presidente da instituição junto à coordenadora Rosa Maria, assistente Social Elaine Hudson e dezessete funcionários mantem em funcionamen-

to serviços de lavanderia, área de fisioterapia usada uma vez por semana, refeitório que conta com cinco refeições por dia, farmácia, um consultório médico, um almoxarifado e diversas áreas para lazer, a unidade é separada por gênero e contém duas saídas de emergência. No local há em média cinquenta idosos e recebe constantemente propostas para que mais pessoas sejam acolhidas pela instituição, no entanto pela falta de funcionários e voluntários, só são aceitos aqueles que mais precisam. A principal renda é por base dos bazares, ao segundo sábado de todo mês é feita uma feira com roupas baratas, o que ajuda a manter a instituição aberta, as ajudas governamentais são poucas, outras formas de arrecadações são as doações de mantimentos, roupas, dinheiro, e produtos químicos.

Figura 1: Fachada do Solar Apóstolo Tomé



Fonte: Dos autores (junho, 2024)

Um dos principais problemas na instituição é a falta de ajuda governamental e voluntária, por conta disso a principal renda é por base dos bazares, o que ajuda a manter a instituição aberta, outras formas de arrecadações são as doações de mantimentos, roupas, dinheiro, e produtos químicos, a falta de auxílio externo, prejudica a instituição que se faz presente na vida de vários idosos.

Ao considerar o racismo etário e as consequências inerentes a isso, pontua-se a necessidade da discussão objetiva e

eficaz dos aspectos envolvidos a esse tema, um vez que o tópico em questão abre margem para a ocorrência de irregularidades no estilo e qualidade de vida destes indivíduos de idade adulta avançada, neste sentido vemos cenários de abandono, descaso, insalubridade, ausência de direitos básicos, falta de escuta, necessidade acentuada de acolhimento e muito mais, que somam com o critério racial desigual e bastante frequente na sociedade, criando um fenômeno ainda pior. Essa perspectiva de avaliar o assunto como demanda promove uma reflexão crítica deste âmbito em prol de repensar e catalogar os casos em que há desigualdade e ainda mais, as especificidades que potencializam isso, sejam elas condição sociodemográfica, faixa etária, ou como no material de estudo deste projeto, a "raça".

Fazer essa verificação pode demonstrar ainda mais as condições em que esses idosos vivem e como isso está ou não de acordo com o previsto para uma boa qualidade de vida e envelhecimento saudável, onde, ao perceber que até mesmo a escuta de suas histórias e vivências como idosos e idosos negros, é negada, sintomatiza a condição social e comunitária em que estes indivíduos vivem.

O objetivo principal é catalogar histórias em documentário e um material gráfico de leitura, analisando a relação étnico-racial preta com o processo de abandono e inviabilização desses indivíduos, que vivenciam as consequências desse fenômeno até a terceira idade.

O desenvolvimento desse projeto, visa dar voz para histórias silenciadas, vivências apagadas em consequência de um preconceito enraizado. Pensando nesse cenário, de baixo financiamento, falta de apoio social, invisibilidade midiática, carência em debates desse tópico, o projeto visa agregar como mais uma ferramenta de discussão do tema, a fim de que atinja um público maior, dando visibilidade a instituição e ao projeto, de forma a conscientizar quanto a importância e diferença que há no processo de escuta dessas histórias.

Pesquisando mais sobre o assunto vemos frases como "O Brasil é negro,

mas o envelhecimento é branco” e “Se chega uma velhinha branca a um pronto-socorro público, o atendimento é ruim. Mas, se é uma velhinha negra que chega, com o chinelo de dedo gasto na parte de trás, o atendimento é muito pior.” Vemos o impacto, do como é complicada a separação da velhice negra e a branca, como criaram a divisão de dois mundos, diante disso e a partir disso que como designer, precisamos criar projetos para divulgação, para que mais pessoas descubram como a divisão muda vidas, em forma documental e escrita colocaremos pessoas para voltar o olhar a essas causas e pedir a ajuda para a instituição, que também funciona com base de ajudas em bazares e doações voluntárias.

Raízes históricas

A escravidão no Brasil permaneceu durante mais de 300 anos e mesmo após a abolição que marcou o fim da escravidão vemos uma exclusão com base na cor da pele, idade, cultura ou religião, a população negra em sua maioria continua em muitas das vezes longe dos espaços de prestígio ou segurança. A veiculação do padrão de beleza eurocêntrico na grande mídia influencia o pensamento da população, criando uma supervalorização das características relacionadas ao branco.

Existem sete tipos de Racismo o Estrutural, Institucional, Individual, Cultural, ecológico ou Ambiental, recreativo, mas vemos um que é pouco falado que é o Racismo Etário, o etarismo é a forma como pessoas estereotipam pessoas mais velhas, suas capacidades, empenho e fragilidades.

Envelhecer é uma etapa natural da vida entretanto a experiência do racismo tem efeito negativo na qualidade de vida e não se resume a respostas provenientes de interações entre indivíduos, mas está profundamente condicionada por fatores estruturais. O interesse pelo desenvolvimento típico e pela identificação de padrões de mudança comportamental específicos de um período da vida (Neri, 2013) seriam as delimitações mais repercutidas do que caracterizaria a Psicologia do Desenvolvimento.

Contudo, ao buscar o típico, de que idosos estamos falando, e em quais contextos? No Brasil, cuja população se autodeclara majoritariamente negra, esses idosos têm uma menor expectativa de vida em relação aos brancos, sejam homens ou mulheres (Pinheiro, Fontoura, Querino, Bonetti, & Rosa, 2011; Marcondes, Pinheiro, Queiroz, Querino, & Valverde 2013).

Devido a práticas discriminatórias com base na raça, os idosos negros têm questões únicas que precisam ser enfrentadas na velhice. Isso se refere à múltipla desvantagem proveniente das desigualdades econômicas, sociais e históricas, além dos encargos adicionais de viver numa sociedade em que a igualdade racial permanece um mito.

Coimbra, Bruno Messina (UNIFESP) diz em sua tese que a discriminação social (DS) é uma fonte de estresse psicossocial que tem consequências negativas persistentes no bem-estar e na saúde dos indivíduos. DS pode ser conceituada como o tratamento injusto dos indivíduos baseado em uma característica ou um conjunto de características (raça/cor da pele (racismo), idade, deficiência física, orientação sexual etc.). DS aumenta a vigilância crônica, as angústias antecipatórias e as preocupações, e está associada com disparidades em saúde.

Laura Mattos, cita em seu artigo que diante as pesquisas foi possível perceber que a velhice dos negros no Brasil é o somatório das desigualdades impostas pelo racismo ao longo da vida como a baixa escolaridade, a insegurança alimentar, o trabalho precário, a falta de acesso a serviços de saúde, cultura e a exposição à violência, entre outros, nessas pesquisas foi possível perceber que o índice de envelhecimento ativo de mulheres negras é de 51, enquanto o de mulheres brancas é de 53,3 já os homens negros envelhecem pelo índice de 46,5 e os homens brancos 55,1, observando pesquisas de indivíduos entre 60 a 69 anos.

Ao observar situações cotidianas é notório que até mesmo o tratamento oferecido para idosos negros e brancos é de forma distinta, essa percepção é um

aspecto inerente não apenas ao etarismo, mas também ao racismo etário. “Se chega uma velhinha branca a um pronto-socorro público, o atendimento é ruim, entretanto se é uma velhinha negra que chega, com o chinelo de dedo gasto na parte de trás, o atendimento é muito pior.” Mattos (2023)

Podemos perceber narrativas diferentes, e tratamentos diferentes, a igualdade vira algo relativo quando se trata da cor da pele, algo que é reforçado por Mattos (2023) ao dizer que “O Brasil é negro, mas o envelhecimento é branco”, Moura (2021) ressalta em um estudo sobre a saúde de idosos que em média 47,2% dos idosos negros avaliam sua saúde de maneira negativa, bem como 45,5% dos idosos pardos.

Já entre idosos brancos, o índice é de 33%, em relação ao acesso aos serviços de saúde, segundo o mesmo estudo, na cidade de São Paulo, os equipamentos de saúde são acessados em média por 63,3% brancos, 21,4% pardos e 7,3% negros.

O impacto à saúde com a falta de acesso para pessoas idosas negras são alarmantes, uma vez que a saúde deveria ser promovida para todos de forma igualitária e segura. Um sintoma relevante deste cenário é percebido diante da má interpretação do Dia da Consciência Negra e toda a sua importância não sendo apenas sobre a consciência da população, mas sim para que pessoas negras sintam orgulho de suas histórias, cor, força, lutas, representatividade e assim busquem por mais espaços de poder.

Frascara (2002) relata que são as três as áreas para o exercício do Design “Design que busca tornar a vida possível, Design que busca tornar a vida mais fácil e o Design que torna a vida melhor”, percebemos que além de vendermos algo, existe a necessidade de escutar e estarmos presentes na vida daqueles, que viveram a vida em sombras, nós como designers queremos desenvolver histórias no ponto de vista real e único, não é apenas sobre o combate ao Racismo Etário, mas sobre a consciência da nossa própria vivência, sobre nossos avós e sobre algo íntimo que queremos construir, vemos isso

na visão de Manzini e Meroni (2009) que entendem que “os recursos, as pessoas, os conhecimentos e os produtos, devem ser valorizados em benefício das comunidades e das economias locais, conjugando qualidade territorial, isto é, produtos, processos e relações, com uma comunicação favorecedora às redes entre produtores e consumidores” e na visão da Ono “objetos e a sociedade moldam-se e influenciam-se em uma relação dinâmica, no processo de construção de mundo. E sob este prisma, cabe ao designer conjugar a sua atitude criativa, dentro da complexa teia de funções e significados em que as percepções, ações e relações se entrelaçam, no contexto de espaço e tempo em que se inserem, buscando a adequação dos objetos, as necessidades e anseios das pessoas, bem como a melhoria da qualidade de vida da sociedade”.

Planejamento para desenvolvimento do projeto

Figura 2: Proposta do projeto Retinto Café



Fonte: Dos autores (junho, 2024)

O objetivo principal é catalogar histórias em documentário publicado em um site feito pelo grupo de colaboradores desse projeto e um material gráfico de leitura analisando a relação étnico-racial preta com o processo de abandono e inviabilização desses indivíduos, que vivenciam as consequências desse fenômeno até a terceira idade. O desenvolvimento desse projeto, visa dar voz para histórias silenciadas, vivências apagadas em consequência de um preconceito enraizado. Pensando nesse cenário, de baixo financiamento, falta de apoio social, invisibilidade midiática, carência em debates desse tópico, o projeto visa agregar como mais uma ferramenta de discussão do tema, a fim

de que atinja um público maior, dando visibilidade a instituição e ao projeto, de forma a conscientizar quanto a importância e diferença que há no processo de escuta dessas histórias. Contando com Cláudio Marques (47 anos), Antônia de Fátima (71 anos), Edson Gomes (58 anos), Osvaldo Vicente (73 anos) e Andréia (44 anos), Emanuel (80 anos), Helena (68 anos), Luiza (60 anos) Ostom (72 anos), José (69 anos), Genese (73 anos) e Maria de Lourdes (72 anos).

Figura 3: Painel "família" Solar Apóstolo Tomé



Fonte: elaborado pelos autores (junho, 2024)

Tem como principal participação, adultos e os idosos negros, com idade entre quarenta e oitenta anos, são o grupo social escolhido para o desenvolvimento desse projeto, essenciais na construção e criação do material visual, sendo: um site com fotos e vídeos do documentário, um mini jornal diagramado, com fotos, textos e qrcodes que direcionarão o público até o site. Para recolhimento do conteúdo, será feito, cafés da tarde, entrevistas físicas e entrevistas digitais com os membros familiares e da instituição de longa permanência, são Apóstolo Tomé, os familiares participarão das doações voltadas para a instituição, os cafés servirão para manter a tranquilidade de uma conversa entre dois amigos, serão entrevistados oito pessoas em média, foram escolhidos através da distinção de suas histórias e vivências, familiares do interior, familiares da cidade grande e moradores da instituição.

Seguindo essa ordem o projeto, irá iniciar por um café da tarde para nos conhecermos criando um espaço de conforto, confiança e aconchego. Uma oficina da beleza e de jogos também será feita, para alimentar a certeza dos cuida-

dos. A partir disso vamos ouvir suas histórias, e preparar esse material em forma de documentário, com vídeos que mostram suas histórias em todo seu espaço de vivência, com perguntas sobre seu passado, suas lutas, suas paixões e sobre como aquele espaço é de importância, o foco no meio familiar será feito para diferenças as vivências e ampliar a visão para mais pessoas.

O próximo passo será fazer a parte escrita para atingir outros públicos que preferem leitura ou incrementar a leitura física com o site. Irá existir em todo o projeto os meios de chegarem até a instituição, para aqueles que desejam ajudar, com doações nos bazares ou em qualquer outro setor, como alimentação, medicamentos e financeiramente. Será doado pelos familiares quantias para ajudar financeiramente, foi pago pelos contribuintes do projeto, lanches, como café, bolos, pães de queijo, sucos e refrigerantes zero açúcar, o valor dos uber também foram pagos pelos próprios contribuintes.

O projeto inicia-se com o ideal de possibilitar dar lugar e voz, a pessoas invisíveis perante a sociedade, a busca por instituições mostrou ao grupo de colaboradores do projeto, visões diferentes sobre a divisão que a sociedade cria, perdurando da infância a vida adulta e adulta avançada, os negros muitas das vezes são colocados como menores dentro do meio social, foi visto que de forma sintomática que em média morrem mais negros do que brancos, o que deixa claro a problemática do envelhecimento negro.

Ao procurar instituições nos deparamos com uma quantidade pequena de idosos negros vivendo na situação de longa permanência, a maioria é branca. Visando trazer ajudas voluntárias para o lar de longa permanência, e falar de um assunto pouco falado, o material foi dividido em partes, um site abrigará o conteúdo digital, como vídeos e fotos retirados na instituição e nas entrevistas digitais com familiares, será feita uma versão física contendo, fotos, textos e citações além de qr codes que irão possibilitar a visita imediata ao site de qualquer smartphone.

A primeira instituição, são José

Bento cottolengo, era voltada a cuidados clínicos psicológicos impedindo que fossem fotografados ou filmados pelo bem estar dos próprios pacientes, em sua maioria não possuíam processo cognitivo que seria eficaz para que contassem suas próprias trajetórias, entretanto Solar Apóstolo Tomé, possui em sua maioria idosos na média de setenta anos, alguns lúcidos, e com desejo de participar das atividades propostas pelos colaboradores do projeto se mostraram animados com a presença dos jovens, das câmeras e alguns citam feições e roupas como pontos interessantes das visitas, foi feito lanches em conjunto com a instituição visando o bem de seus membros, como refrigerantes e alimentos não prejudiciais a saúde.

O apoio dos familiares deixa visível a importância de serem ouvidos, o processo de visitas deixa claro o desejo de retorno palpável a cada fim de visita e a forma como os idosos e cuidadores lembram de cada um a cada retorno, alguns dos colaboradores chamam atenção em seu modo autêntico e comunicativo, vivências familiares são compartilhadas entre os alunos e os residentes, sonhos e desejos são contados juntamente com realizações de vida antes de se mudarem para a instituição, contados de forma simples e muitas vezes embargados de emoções, comparações de alunos com familiares deixa claro a importância que as visitas fazem e a memória afetiva que mantém um objetivo além do carinho e a sensação de tranquilidade e cuidado. Os familiares dos colaboradores do projeto que vão participar, deixam claro a importância de vivenciar a experiência da escuta, trazendo a preocupação etária, o cuidado com a saúde física e mental e a disponibilidade de tempo para contar suas próprias trajetórias. O projeto visa trazer a mensagem que o povo precisa envelhecer com dignidade Independente de sua cor.

Desenvolvimento do projeto

O trabalho foi realizado por nove integrantes entre alunos de Design de Moda e Design Gráfico. O grupo se reu-

niu em sala de aula para discutir as ideias de acordo com o tema pré-definido pela professora e orientadora do projeto, a partir do consenso o grupo se dividiu com a responsabilidade de pesquisar instituições que se relacionassem com o proposto ao projeto, fazer visitas em lares de longa permanência e documentar histórias de idosos negros. A instituição Solar Apóstolo Tomé recebeu proativamente os alunos do projeto após a escolha inicial, o lar São José Cottolengo não se enquadrar nos objetivos do trabalho, sendo necessário realocar o local de visitas.

Figura 4: Visita a instituição Solar Apóstolo Tomé



Fonte: Dos autores (junho, 2024)

As visitas foram realizadas em um período de três meses em uma frequência alternada de cinco domingos e durante em média três horas por visita, inicialmente as visitas tinham intuito de interação dos alunos com os entrevistados, se baseando no processo de escu-

ta do cotidiano, histórias e o vivenciado por aqueles que estavam ali, esse cenário criou um ambiente de troca mútua entre o grupo e os residenteste da instituição, o que posteriormente possibilitou a coleta de materiais como filmagens, fotografias e entrevistas, além das extras feitas com familiares dos integrantes do grupo responsável pelo projeto, esses materiais foram utilizados para produção documental e gráfica como resultados deste trabalho.

Com o andamento do projeto, observou-se a necessidade de coletar materiais de outros idosos que não estivessem convivendo ali na instituição, para abranger ainda mais pessoas e enriquecer o material do trabalho, deste modo o grupo optou por entrevistar também seus familiares idosos para observar suas vivências. Considerando os 4 moradores entrevistados na instituição Solar Apóstolo Tomé e os demais entrevistados, o trabalho se baseou nas vivências relatadas por 9 pessoas, essas entrevistas realizadas com os familiares foram feitas tanto presencialmente quanto por vídeo chamada via Whatsapp Messenger.

Figura 5: visita ao lar Solar Apóstolo Tomé



Fonte: elaborado pelos autores (junho, 2024)

Após a etapa de coleta do material necessário para o projeto, os integran-

tes se dividiram novamente e de acordo com as suas habilidades para produzirem o conteúdo gráfico, documental e o site para disponibilizar o obtido na pesquisa que é o resultado prático deste trabalho. Foram produzidos um documentário, uma revista e o site para facilitar o acesso a esses materiais.

Resultados e Discussão

Tendo em vista a dificuldade da vida adulta avançada em modo geral, somada a influência do racismo étnico-racial e etário, que foi a hipótese primária deste projeto, observou-se o quão prejudicial é o racismo na vida de pessoas idosas, a discrepância entre o envelhecimento branco e negro foi pauta da pesquisa, corroborando juntamente com a literatura que embasou o trabalho. A pequena quantidade de idosos negros em um lar de longa permanência mostra o fato de como vidas negras são interrompidas de forma antecipada, entrevistados com dificuldades na fala, falta de ensino na escrita e até traumas recorrentes ligados a uma vida exposta a maus tratos e falas preconceituosas que acarretaram sintomas enraizados ao longo da vida.

A aproximação feita com os entrevistados, revela um sentimento empático de cuidado que deveria ocorrer em toda a vida, tendo assim a possibilidade de um envelhecimento saudável resultado de uma vida social digna como elemento básico da vivência humana.

Na elaboração e realização do trabalho foi possível mensurar o cenário de vida de pessoas idosas e principalmente negras, quanto à qualidade de vida, usufruir de direitos e aspectos básicos negados durante suas trajetórias e agora em fase de envelhecimento.

Foi perceptível que muito desses idosos negros, ao chegarem em uma idade avançada, podem sim continuar vivenciando situação de mazela enquanto indivíduo idoso de cor preta, isso é um sintoma de um fenômeno enraizado em nossa sociedade que agora deve não apenas observar a promoção de qualidade de vida e saúde, mas observar as diferenças sociais e étnicas que cada um está inserido. É importante ressaltar que na literatura, artigos, resoluções e até mesmo postulação do Sistema Único de Saúde, é previsto

que o promover cuidados com pessoas idosas deve ser categórico e voltado a atender todos com equidade, ou seja, pautando suas necessidades específicas e sua história, salientando que a sua qualidade de vida e os aspectos inerentes, devem sim, contemplar todos de forma igualitária.

Ao participar deste projeto, percebi que não apenas órgãos privados e públicos devem e podem se atentar a questão do envelhecimento negro no Brasil, mas que mesmo de forma individual é possível fomentar um processo de escuta e acolhimento a esses indivíduos, respeitando suas histórias e vozes, o que contempla de forma íntima o propósito deste trabalho, em conhecer mais dessas vivências e pensá-las como tema para discussões futuras.

Considerações finais

Através das visitas no lar de longa permanência Solar Apóstolo Tomé, os diálogos surgiram de forma orgânica trazendo a visão sobre a necessidade de fala e escuta, dentro desses diálogos foram coletadas experiências individuais dos entrevistados. De forma intimista o conteúdo desse projeto é alerta, um diálogo aberto entre os alunos, moradores de um lar de longa permanência e familiares, traz à tona a necessidade de uma observação e cuidado com o envelhecimento negro no Brasil, um país majoritariamente retinto. Através de projetos assim, pessoas que tem a vida dificultada serão vistas e mais, serão ouvidas, o racismo perpetua de forma enraizada em uma sociedade, dessa forma tendo como sintoma, traumas, má formação estudantil e adoecimento físico.

Em conclusão é importante que a sociedade tenha por capricho a observação dos aspectos inerentes ao racismo e as pessoas passíveis de sofrer com esse fenômeno, vendo como necessidade essa obrigação, na intenção de refletir o viver e a qualidade dele.

Referências Bibliográficas

MATTOS, L. Racismo impacta no envelhecimento dos negros no Brasil. São Paulo: Editora Folhapress, 2023.

MOURA, S. Saúde de idosos negros no município de São Paulo. São Paulo: Jornal USP, 2021.

MOURÃO, Nadja Maria; MACIEL, Rosilene Conceição; OLIVEIRA, Ana Célia Carneiro; “Design, consumo, cultura material e as relações com o território”, p. 355-365. In: São Paulo: Blucher, 2018.

Rabelo, D. F., da Silva, J., Rocha, N. M. F. D., Gomes, H. V., & Araújo, L. F. de. (2018). Racismo e envelhecimento da população negra. *Revista Kairós-Gerontologia*, 21(3), 193-215. <https://doi.org/10.23925/2176-901X.2018v21i3p193-215>

COIMBRA, Bruno Messina. Discriminação social, racismo e contexto do bairro de moradia como fatores psicossociais de investigação do envelhecimento celular. 2022. 183 f. Tese (Doutorado em Psiquiatria e Psicologia Médica) - Escola Paulista de Medicina, Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP). São Paulo, 2022.

COMUNIDADE NIPO-BRASILEIRA EM GOIÁS: PROJETO EXTENSIONISTA DESENVOLVIDO NO 'CLUBE KAIKAN'

JAPANESE-BRAZILIAN COMMUNITY IN GOIÁS: EXTENSION PROJECT DEVELOPED AT THE 'KAIKAN CLUB'

Ana Carolina de Santana¹, Anne Emanuele C. Gonçalves², Brunno C. Oliveira², Giovanna B. Manso², Iago P. de Souza², João Victor F. C. Senna², João Vitor A. Mendonça², João Vitor B. Carvalho², Lucas dos S. Mendes², Márcio P. Henrique² e Rodrigo X. N. Júnior²

1.Docente do CST em Design Gráfico do Centro Universitário Estácio de Goiás; 2.Discente do CST em Design Gráfico do Centro Universitário Estácio de Goiás. Avenida Goiás, Quadra 2.1, Lote Área, Loja 2, 2151 -Setor Central. CEP: 74063010.

Recebido em 05/08/2024. Aceito para publicação em 20/09/2024

RESUMO

Este artigo relata as atividades desenvolvidas no projeto Comunidade Nipo-brasileira em Goiás: um estudo do "Clube Kaikan" na disciplina extensionista Design, Sociedade e Cultura do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico do Centro Universitário Estácio de Goiás. A professora orientadora e os discentes atuaram na realização de palestras, oficinas e materiais educativos sobre os conceitos de design, gestão e marketing na prática visando promover a valorização da associação discutindo a importância da igualdade racial e o incentivo da reflexão sobre preconceitos e estereótipos.

PALAVRAS-CHAVE: design, identidade asiática, branding, design social

ABSTRACT

This article reports on the activities developed in the Japanese-Brazilian Community project in Goiás: a study of the "Clube Kaikan" in the extension course Design, Society and Culture of the Higher Education Course in Graphic Design Technology at Centro Universitário Estácio de Goiás. The supervising professor and the students participated in lectures, workshops and educational materials on the concepts of design, management and marketing in practice, aiming to promote the appreciation of the association by discussing the

importance of racial equality and encouraging reflection on prejudices and stereotypes.

KEYWORDS: design, Asian identity, branding, social design

INTRODUÇÃO

A Associação Nipo-Brasileira de Goiás, também conhecida como Clube Kaikan, desempenha um papel crucial na preservação e promoção da rica herança cultural japonesa em Goiás. Seus objetivos incluem o cultivo e a manutenção das tradições da cultura japonesa, bem como a promoção do intercâmbio entre o Brasil e o Japão. Com a Escola de Língua Japonesa de Goiás e o apoio voluntário dos associados em eventos, a instituição cria um ambiente propício para o aprendizado e a celebração da cultura japonesa. Além disso, como uma associação sem fins lucrativos, o Clube Kaikan é um espaço inclusivo e livre de preconceitos sociais de classe, que acolhe cerca de cento e cinquenta famílias envolvidas nas diversas atividades socioeconômicas do Estado de Goiás. Essa diversidade e engajamento refletem o compromisso da associação em promover a união e o entendimento entre as comunidades japonesa e brasileira, contribuindo para um ambiente mais rico cultural e socialmente inclusivo em Goiás. Está localizada na Av. Planície - Vila Itatiaia, Goiânia - GO.

Está fortemente inserida no contexto local da comunidade Nipo Brasileira que reside em Goiânia e possui relevância nacional durante seu maior evento chamado de “Bon Odori” (Festival anual de música, dança, culinária e artes japonesas), que é realizado para divulgar a cultura japonesa e fortalecer os laços Brasil-Japão.

Durante nossa primeira visita à ANBG (Associação Nipo Brasileira de Goiás), conversamos com dois membros voluntários da associação, Fumie e Ryuji Yamamoto, que nos orientaram e nos guiaram pelas instalações do local. Ao longo da apresentação, fomos introduzidos a história da associação, sua organização e atividades ali desenvolvidas. E após diversos questionamentos e explicações, conseguimos levantar um problema principal que podemos ajudar a solucionar: a falha na comunicação.

Apesar de a instituição ser originalmente restrita aos imigrantes e descendentes japoneses, em anos recentes a ANBG tem se tornado mais aberta e inserida junto a comunidade e no contexto cultural goiano. Tentativas foram feitas para expandir e buscar uma maior integração na região, mas sem uma coordenação efetiva e um foco claro tais iniciativas não tiveram grande alcance. Identificamos esse problema na comunicação, em que o Clube Kaikan tem interesse, mas não consegue transmitir de forma efetiva além de sua área atual de influência (imigrantes e descendentes de japoneses). Isso acarreta uma estigmatização e segregação da comunidade, que por mais que tenha uma cultura rica e admirável, não chega ao conhecimento do grande público devido. Analisando variáveis, notamos que essa comunicação falha afeta inclusive as próprias instalações do Clube Kaikan, como a falta de sinalização e identificação apropriada de áreas e edifícios, além de comunicados internos.

Por se tratar de um problema que envolve comunicação visual, se relaciona ao curso de Design Gráfico e pode ser solucionado a partir de uma estruturação de uma identidade visual coerente com os princípios da organização que seja aplicável em larga escala a todas as áreas que envolvam a transmissão de mensagens da

associação, como material de marketing digital, o site da associação e/ou material impresso. Essas demandas se encaixam nas habilidades e conhecimentos propostos e adquiridos no curso de Design Gráfico, e poderá trazer grande impacto para a ANBG e sua luta em prol da afirmação, promoção e expansão da cultura nipônica em território goiano.

Ao analisarmos o tema do projeto acadêmico extensionista em grupo, tomamos conhecimento sobre a instituição “ANBG - Kaikan” por meio de um membro ativo dela, Giovanna Barreto Manso. Entramos em contato com a diretoria do Clube e resolvemos visitar a instituição no dia 09 de março de 2024. Após conhecer o local e conversar com os integrantes da diretoria que nos atenderam, Fumie Maeda e Ryuji Yamamoto, chegamos à conclusão de que há uma dificuldade de comunicação com o público tanto externo (por meio de publicações ou convites para realização de atividades e eventos abertos ao público) percebemos que, como designers gráficos, poderíamos trabalhar o problema da comunicação visual para que a instituição ganhe mais visibilidade e os projetos e eventos tenham seu alcance expandido.

O Clube Kaikan é um centro cultural que promove a preservação da cultura japonesa em Goiânia. Surge então, uma oportunidade não apenas de celebrar suas tradições e valores, mas também de enfrentar estigmas e preconceitos enraizados. Através do reconhecimento e da valorização de sua contribuição para a sociedade goianiense, será possível promover uma maior compreensão e aceitação ao desafiar percepções equivocadas que não representam a identidade, nem os valores da associação.

Figura 1 – Primeira visita no Clube Kaikan





Fonte: Elaborado pelos autores (março, 2024)

Após a primeira visita, decidimos que nossos objetivos com o projeto são: desenvolver e implementar estratégias de marketing direcionadas aos colaboradores, criando materiais como newsletters, murais ou e-mails informativos sobre as atividades e eventos internos, onde esses materiais devem abordar temas relacionados a questões raciais e culturais dentro da comunidade, buscando promover a reflexão e a conscientização entre os membros da instituição; Utilizar o site institucional como a principal plataforma de divulgação sobre as iniciativas da instituição, especialmente aquelas relacionadas à diversidade e inclusão - isso inclui a publicação de notícias, artigos e histórias sobre o Clube Kaikan e sua contribuição para a cultura em Goiânia; Criar e desenvolver uma estratégia de gestão ativa das redes sociais, especialmente o Instagram, com conteúdos visuais e interativos que destaquem os valores da associação em relação à importância da igualdade racial e incentivem a reflexão sobre preconceitos e estereótipos.

Compreensão histórica e social: imigração japonesa como insight para projeto de design

Além da legislação, a compreensão histórica e social sobre a imigração japonesa no Brasil, especialmente em regiões como Goiás, oferece insights valiosos para o projeto. Saito em seu artigo *O imigrante a imigração japonesa no Brasil e no Estado de Goiás* (2017) contextualiza as contribuições da comunidade japonesa para o desenvolvimento local e ressalta a importância de promover a integração e inclusão desses imigrantes na sociedade brasileira. Essa análise histórica e contextual proporciona uma compreensão

mais ampla das questões raciais e culturais presentes no país, enriquecendo as estratégias de comunicação propostas pelo projeto.

Saito também realiza uma compreensão mais profunda do contexto histórico da imigração japonesa para o Brasil e Goiás, contextualizando a presença da comunidade japonesa na região e suas contribuições para o desenvolvimento local. Ao explorar o impacto social, econômico e cultural dos imigrantes japoneses, o texto enfatiza a influência significativa dessa comunidade no desenvolvimento das comunidades locais, que contribuíram para a cultura e identidade da região. Além disso, a discussão sobre a integração dos imigrantes japoneses na sociedade brasileira e goiana aborda a mudança das relações interculturais na região, e nos ajuda a compreender como poderemos promover o engajamento e a inclusão entre os membros da comunidade e colaboradores da instituição. Assim, o artigo se relaciona com a situação-problema do projeto ao destacar o papel e a influência da comunidade japonesa em Goiás, proporcionando uma base sólida para a implementação de estratégias de comunicação que promovam o engajamento, a inclusão e a conscientização sobre questões raciais e culturais dentro da instituição.

Nesse sentido, vale pontuar a monografia de Sandra Cecília *Imigração japonesa e identidade nacional* (2004) que nos mostra uma perspectiva crítica sobre a imigração japonesa no Brasil, destacando as suas experiências e os desafios enfrentados, como preconceito e racismo, o que acarretou no isolamento das famílias japonesas, que por sua vez se amontoaram e se ajudavam quase excluídos da sociedade.

Dessa forma, nasceu as instituições Kaikan por todo o Brasil, onde famílias japonesas se reuniam para propagarem sua cultura e se protegerem de todo o preconceito e racismo que havia na época. Isso é relevante para a situação-problema do projeto, pois sensibiliza sobre a importância de abordagens inclusivas na comunicação interna e externa da instituição, especialmente em relação a questões raciais e culturais. Para além disso, o texto analisa como a imigração japonesa foi representada na mídia e nos debates acadêmicos e fornece visões

importantes sobre como as essas percepções públicas influenciam a integração e inclusão da comunidade, e assim nos informa estratégias de comunicação externa da instituição. Dessa forma, o artigo contribui para uma compreensão mais ampla dos desafios enfrentados pela comunidade japonesa no Brasil e sugere abordagens sensíveis para promover a inclusão e conscientização dentro da instituição.

Outro motivo para abordarmos um tema tão pouco discutido é a recente pandemia causada pelo vírus COVID-19. Este evento trouxe à tona diversos problemas sociais que já existiam, mas que se intensificaram durante esse período de crise. Por ter-se iniciado na China, a pandemia gerou uma onda de desinformação e medo, que levou muitas pessoas ao redor do mundo, inclusive no Brasil, a associar injustamente os asiáticos ao vírus. Essa associação infundada desencadeou uma série de comportamentos prejudiciais e injustos, resultando em casos de maldade, raiva, racismo e preconceito contra pessoas de ascendência asiática. A discriminação se manifestou de várias formas, desde agressões verbais e físicas até boicotes a negócios de propriedade asiática, revelando uma face sombria da sociedade que é frequentemente negligenciada.

Além disso, essa situação expôs a fragilidade das relações interétnicas e a necessidade urgente de promover a educação e a compreensão cultural para combater a intolerância. Discutir este tema é essencial para criar consciência sobre os impactos negativos do racismo e para promover uma sociedade mais justa e inclusiva, onde todos possam conviver em harmonia, independentemente de sua origem. Portanto, é imperativo que continuemos a abordar e debater questões relacionadas ao preconceito racial e étnico, utilizando a pandemia como um exemplo recente e relevante para ilustrar os perigos da desinformação e do ódio.

Muitas notícias destacaram a crescente onda de violência e preconceito contra a população de origem asiática durante a pandemia de COVID-19. Títulos como “População de origem asiática é vítima de violência e preconceito na pandemia”, publicado pelo Jornal da USP, e “Brasileiros de ascendência asiática relatam ataques racistas durante a

pandemia”, da Folha de S.Paulo, ilustram a triste realidade enfrentada por essas comunidades. Outros veículos de comunicação, como o Brasil de Fato, também abordaram o tema em matérias como “Ódio contra asiáticos não é novidade nos EUA, e cresce com pandemia”.

A cobertura da mídia evidenciou o impacto global deste fenômeno, com matérias como “#EuNãoSouUmVírus: epidemia do covid-19 dispara racismo contra asiáticos”, do TAB UOL, e relatórios alarmantes, como os divulgados pela CNN Brasil em “Ataques a asiáticos nos Estados Unidos aumentaram 150% durante a pandemia”. Essas reportagens trouxeram à tona uma série de incidentes preocupantes, que incluíram desde agressões físicas e verbais até discriminação sistêmica em diversas esferas da sociedade. Os relatos mostram que o preconceito se manifestou em várias partes do mundo, tornando-se uma crise global de intolerância.

O aumento significativo dos ataques racistas e xenofóbicos destacou a necessidade urgente de abordar e combater o racismo estrutural e a desinformação. A campanha #EuNãoSouUmVírus, por exemplo, emergiu como uma resposta de resistência e conscientização, buscando mostrar a humanidade e a individualidade das pessoas de origem asiática, combatendo estereótipos prejudiciais e promovendo a solidariedade.

O crescente número de casos de discriminação levou a um clamor por políticas públicas mais eficazes e por uma maior sensibilização da sociedade quanto à gravidade e as consequências do racismo. As notícias sobre o aumento de ataques racistas serviram como um triste lembrete de que, mesmo em tempos de crise global, a luta contra o ódio e a intolerância precisa ser contínua e incansável. A pandemia revelou não apenas vulnerabilidades de saúde, mas também sociais, destacando a importância de promover um mundo onde todas as etnias possam viver sem medo de violência e discriminação.

Entretanto, o texto de Roberta Coelho O papel social da imagem (2014) traz um discurso mais aprofundado sobre o papel social da imagem nos mostra com clareza sobre o uso do design social como fer-

ramenta de comunicação para transmitir mensagens com propósitos sociais e não comerciais. Aqui, destaca.

Além disso, ao contextualizar o desenvolvimento do design social e apresentar exemplos de sua aplicação em diferentes contextos ao redor do mundo, e destacar a importância de utilizar elementos visuais para promover conscientização e engajamento em questões raciais e culturais, dessa forma o texto fornece orientações úteis para o projeto, explorar abordagens inovadoras e criativas de comunicação interna e externa dentro da instituição, ao fazer uso do design social para promover mudanças e contribuir significativamente para a situação-problema.

Desta forma, Vinicius Chozo Inoue em seu trabalho A naturalização do racismo anti-asiático na sociedade digital brasileira (2017) também traz uma análise que é fundamental sobre o racismo anti-asiático na sociedade brasileira mas, traz à tona a necessidade de retomar discussões sobre o tema e como as tecnologias de comunicação perpetuam esse preconceito.

Isso é crucial para o projeto, pois evidencia a existência desse tipo de discriminação e como isso influencia diretamente na eficácia das estratégias de comunicação. Ao explorar a formação de identidade racial e propor iniciativas de combate ao racismo, o texto também sugere abordagens concretas para enfrentar o racismo e promover um ambiente mais inclusivo e respeitoso. Como nosso objetivo enquanto grupo está em realizar projetos gráficos contra o preconceito, esses insights se conectam tanto com o curso de Design Gráfico quanto aos problemas encontrados nas discussões e visitas à instituição.

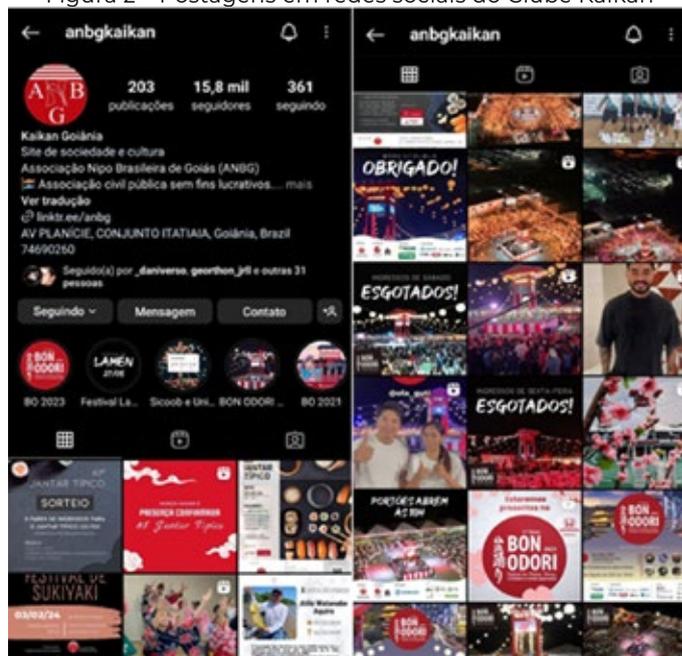
Além disso, o livro de Tai Hsuan-An Design: conceitos e métodos (2017) explora uma base teórica sólida para o projeto, com teorias, conceitos e perspectivas fundamentais sobre design. Ao analisar os trabalhos práticos e casos de estudo, o livro oferece abordagens relevantes em como aplicar os conceitos teóricos do design na prática, e orienta as estratégias de comunicação propostas. Desse modo, nos ajuda a garantir que as estratégias não sejam apenas visualmente atraentes, mas tam-

bém funcionais e impactantes, que passe a mensagem de forma correta para solucionar as questões que envolvem o projeto.

Identificação do problema e desenvolvimento do projeto

Após a visita em loco na instituição, nos reunimos e identificamos que o problema principal do design do Clube Kaikan é o do seu marketing digital. Após algumas análises identificamos em suas redes de comunicação, e notamos que há uma movimentação em suas redes sociais, entretanto as postagens não são coesas o que atrapalha na comunicação não só com o público externo, mas também entre os participantes do clube Kaikan, principalmente em relação às datas de seus eventos e sobre a falta de padrão em suas postagens, como fica evidente na figura 2 a seguir:

Figura 2 – Postagens em redes sociais do Clube Kaikan



Fonte: Perfil do Clube Kaikan no Instagram @anbgkaikan (março, 2024)

Decidimos então realizar o desenvolvimento e implementação de oficinas de conteúdo online; criação de materiais gráficos; e entrevistas com os diversos setores da instituição. O próximo passo foi pesquisar referências visuais para abordar o conceito do projeto. Nos inspiramos em artes visuais japonesas, tanto quanto no estilo mais tradicional, como formas geométricas, referências históricas, e etc, também apresentando um visual mais atual como nos mangás e animes, ou em um estilo mais

futurista e animado para novas gerações, como as referências de estilo cyber-futurista como fica evidenciado na figura 3:

Figura 3 – Moodboard conceitual



Fonte: Elaborado pelos autores (abril, 2024)

Para iniciar as criações definimos o key visual, uma peça única que funciona como um guia, representando a essência de uma campanha do projeto trazendo sua identidade visual de forma estruturada:

Figura 4 – Peças gráficas criadas a partir do key visual



Fonte: Elaborado pelos autores (abril, 2024)

Durante uma reunião estratégica com três representantes do Kaikan, estabelecemos um acordo fundamental: a instituição deveria fornecer o espaço físico e o tempo necessário para a realização de uma oficina colaborativa. Essa iniciativa permitirá a troca de conhecimento e habilidades entre os participantes, demonstrando um compromisso mútuo com o sucesso do evento. Além disso, os próprios representantes do Kaikan estarão envolvidos ativamente na oficina, enriquecendo-a com sua experiência e perspectivas. Para garantir que atinjamos os resultados planejados, estabelecemos uma estrutura de comunicação sólida por meio de um grupo no WhatsApp. Focados em manter reuniões regulares, onde estaremos em contato próximo para receber feedbacks essenciais e possíveis sugestões dos representantes da instituição. Essa abordagem permitiu ajustes em tempo real, promovendo um ambiente dinâmico e adaptável, que atenda às necessidades tanto dos participantes quanto da instituição.

Ressaltamos que nosso projeto iniciou-se com uma série de visitas preliminares à instituição para identificar suas principais dificuldades e áreas que necessitavam de melhorias. Durante essas visitas, realizamos um diagnóstico detalhado das necessidades da instituição, observando aspectos operacionais e estratégicos que poderiam ser aprimorados. Com base nessas observações iniciais, organizamos uma reunião coletiva com todos os membros envolvidos no projeto para revisar nossas descobertas e discutir possíveis abordagens. Decidimos, então, implementar duas oficinas educacionais com o objetivo de capacitar os membros da instituição em áreas críticas: Gerenciamento de Tarefas e Marketing Digital. Essas oficinas foram projetadas não apenas para transmitir conhecimento, mas também para fornecer ferramentas práticas que permitiriam aos participantes superar desafios específicos e promover melhorias contínuas em suas atividades cotidianas.

Figura 5 – Realização das oficinas no Clube Kaikan



Fonte: Elaborado pelos autores (junho, 2024)

Originalmente, planejamos realizar duas palestras no espaço Kaikan, direcionadas aos indivíduos responsáveis pelos processos de marketing da instituição, bem como aos seus diretores. Cada palestra foi cuidadosamente estruturada para abordar um tema específico: a primeira, sobre Marketing Digital, e a segunda, sobre Gerenciamento de Trabalho. As palestras foram programadas para ocorrer no dia 08 de junho de 2024, com horários distintos para maximizar a participação e a atenção dos envolvidos (das 9h às 10h30 e das 10h45 às 12h30). Na data marcada, as palestras foram conduzidas conforme o cronograma estabelecido. A execução foi bem-sucedida, e os resultados foram bastante positivos, com a aprovação e o engajamento dos participantes, que demonstraram interesse e satisfação com o conteúdo apresentado.

No decorrer do projeto, enfrentamos diversos desafios que impactaram a execução conforme planejado. Um dos principais obstáculos foi a saída inesperada de alguns membros da equipe, o que exigiu uma reestruturação do grupo e a redistribuição de responsabilidades. Além disso, surgiram discordâncias internas e problemas pessoais entre os membros, o que

comprometeu temporariamente a coesão e a comunicação da equipe. Houve também uma falta de interação efetiva e divergências significativas de ideias que precisaram ser resolvidas. Para superar esses desafios, realizamos reuniões adicionais para realinhar os objetivos e reorganizar nossos planos de ação. Esses ajustes permitiram que a equipe se reestabelecesse e continuasse com o projeto de maneira coesa e eficiente, garantindo a realização das atividades propostas.

Conseguimos realizar as palestras conforme planejado, e os feedbacks recebidos dos participantes, incluindo associados e diretores, foram bastante positivos. Alcançamos os resultados desejados, evidenciados pela receptividade e pelo interesse demonstrado durante e após as apresentações. Embora o impacto completo das palestras no clube Kaikan só possa ser avaliado com o passar do tempo, os resultados iniciais indicam uma melhoria significativa no entendimento e na aplicação dos conceitos de Gerenciamento de Tarefas e Marketing Digital pelos participantes. A expectativa é que essas melhorias se consolidem e se traduzam em benefícios concretos para a instituição no futuro próximo.

As avaliações do público-alvo foram extremamente positivas. Não houve reclamações durante a execução do projeto, e os participantes expressaram satisfação com o conteúdo e a abordagem das palestras. A recepção positiva abre a possibilidade de futuras parcerias e colaborações, indicando que o projeto não apenas atendeu às expectativas imediatas, mas também estabeleceu uma base sólida para iniciativas colaborativas contínuas. Essa resposta positiva reforça a importância de iniciativas educacionais direcionadas e bem planejadas para o desenvolvimento institucional e o fortalecimento das capacidades organizacionais.

Considerações finais

O planejamento e a execução do projeto seguiram de perto o cronograma estabelecido, apesar de alguns conflitos internos e imprevistos que são comuns em

projetos dessa natureza. Identificamos que as principais dificuldades da instituição eram a comunicação visual e o gerenciamento de tarefas entre os voluntários. Esses problemas resultavam em uma distribuição ineficaz de tarefas e na repetição de materiais visuais pouco atraentes. Para resolver essas questões, realizamos reuniões e desenvolvemos planejamentos estratégicos, culminando em uma palestra demonstrativa que ofereceu soluções práticas.

Durante o projeto, pudemos aplicar a teoria aprendida de forma prática, o que enriqueceu nosso entendimento. Identificamos os problemas do nosso público-alvo e conseguimos resolver usando os conhecimentos teóricos de maneira eficiente. Criamos materiais educativos e os disponibilizamos para que todos pudessem entender melhor os conceitos de gestão e marketing na prática. Isso fortaleceu minha compreensão sobre os temas discutidos, especialmente sobre como o racismo afeta a sociedade. A teoria foi essencial para enfrentarmos os desafios, proporcionando uma base sólida para colocarmos em prática as soluções necessárias.

Referências Bibliográficas

ALMEIDA, Sandra Cecília Rosendo de. Imigração japonesa e identidade nacional. 2004. 49 f. Monografia (Graduação) - Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2004.

BARROS, Roberta Coelho. O papel social da imagem, p. 2591-2602. In: Anais do 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design [= Blucher Design Proceedings, v. 1, n. 4]. São Paulo: Blucher, 2014.

INOUE, Vinicius Chozo. A naturalização do racismo anti-asiático na sociedade digital brasileira. 2017. 50 f., il. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social)—Universidade de Brasília, Brasília, 2017.

HSUAN-AN, Tai. Design: Conceitos e Métodos. Disponível em: Minha Biblioteca, Editora Blucher, 2017.

NORIKO ITO SAITO, C. O imigrante e a imigração japonesa no Brasil e no estado de Goiás. Revista UFG, Goiânia, v. 13, n. 10, 2017. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/revistaufg/article/view/48358>.

O BRANCO DO TERREIRO O RACISMO RELIGIOSO VISTO PELOS ADEPTOS DAS RELIGIÕES AFRO-BRASILEIRAS

THE WHITE OF THE TERREIRO RELIGIOUS RACISM SEEN BY ADHERENTS OF AFRO-BRAZILIAN RELIGIONS

Ana Carolina de Santana¹, Bianca A. de A. Terra², Daniel A. Bailona², Daniella H. Soares², Gabrielly F. Rodrigues², Igor J. M. Moreira², Layane de O. Passarinho², Rafael E. de Almeida²

1.Docente do CST em Design Gráfico do Centro Universitário Estácio de Goiás; 2.Discente do CST em Design Gráfico do Centro Universitário Estácio de Goiás. Avenida Goiás, Quadra 2.1, Lote Área, Loja 2, 2151 -Setor Central. CEP: 74063010.

Recebido em 01/08/2024. Aceito para publicação em 18/09/2024

RESUMO

Este artigo relata as atividades desenvolvidas no projeto O Branco do terreiro: o racismo religioso visto pelos adeptos das religiões afro-brasileiras na disciplina extensionista Design, Sociedade e Cultura do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico do Centro Universitário Estácio de Goiás. A professora orientadora e os discentes atuaram na realização de um documentário criado a partir de gravações feitas em locais e eventos indicados pela produtora Samba de Seu Zé, e contou com o apoio dos terreiros locais que se disponibilizaram a participar do projeto extensionista.

PALAVRAS-CHAVE: design social, crenças, cultura e identidade

ABSTRACT

This article reports on the activities developed in the project O Branco do terreiro: religious racism seen by followers of Afro-Brazilian religions in the extension subject Design, Society and Culture of the Higher Education Course in Graphic Design Technology at Centro Universitário Estácio de Goiás. The supervising professor and the students worked on making a documentary created from recordings made in places and events indicated by the production company Samba de Seu Zé, and had the

support of local terreiros who were available to participate in the extension project.

KEYWORDS: social design, beliefs, culture and identity

INTRODUÇÃO

O projeto de extensão O Branco do terreiro: o racismo religioso visto pelos adeptos das religiões afro-brasileiras foi desenvolvido em conjunto com a produtora Samba de Seu Zé. Fundada por Rose Ribeiro e José Guilherme em 2023, a Samba de Seu Zé busca através da realização de eventos, valorizar e promover a cultura afro-brasileira como a música, as origens e as crenças, como a Umbanda. Com esse intuito, divulgar e trazer uma agenda inclusiva e solidária para a comunidade local.

Apesar de ainda não possuir uma sede física, a Samba de Seu Zé realiza festas mensalmente, com o primeiro evento sendo realizado em 28 de outubro de 2023, tendo grande impacto na cena cultural de Goiânia, reunindo mais de 1200 pessoas. Esse primeiro evento serviu de base para os seguintes, sempre valorizando e acolhendo pessoas de diversas religiões afro-brasileiras, sendo um centro de celebração de tradições e da fé dos praticantes. Mas além da fé e da cultura, a Samba de Seu Zé traz uma abordagem inclusiva, tendo uma preocupação com a comunidade em que está inserida. Buscando a integração e o respei-

to mútuo entre as crenças e religiões que não compartilham os mesmos dogmas e preceitos, ela tem um caráter social de ajuda ao próximo, sempre arrecadando alimentos e materiais durante seus eventos, que posteriormente são encaminhados a comunidades carentes.

E esse caráter social vai além da ajuda aos necessitados, abrindo espaço para empreendedores ligados à cultura afro-brasileira. Nos eventos da Samba de Seu Zé, sempre há espaço para tais empreendedores exibirem seus produtos e conseguirem novos negócios.

A Samba de Seu Zé vem construindo uma rede de terreiros e casas de religiões como forma de fortalecer o movimento e lutar por mais respeito e compreensão da sociedade para com as religiões afro-brasileiras. É com essa instituição e o ideal que ela defende, que buscamos realizar o projeto extensionista.

A Samba de Seu Zé enfrenta a resistência e o preconceito contra toda e qualquer manifestação cultural afro-brasileira, o que evidencia o racismo velado e sistêmico enraizado na cultura brasileira, que apesar de ser plural e beber de diversas origens, não consegue eliminar estigmas e preconceitos que datam da época da colonização portuguesa.

O racismo religioso é um tema urgente e extremamente necessário para a sociedade brasileira, que ainda minimiza e discrimina toda e qualquer manifestação de origem afro-indígena, apesar de tais manifestações serem a base de uma grande parte da cultura e identidade brasileira. A umbanda e o candomblé foram estigmatizadas como crenças malignas e sofrem preconceito de boa parte dos praticantes de outras religiões, principalmente os oriundos do cristianismo.

Combater o racismo religioso e promover uma maior integração de minorias é ajudar a sociedade como um todo a ser mais inclusiva e aberta. A produção de um documentário visa fortalecer esse debate, trazendo uma visão das pessoas que vivem diariamente o preconceito contra sua fé. Além de trazer através do audiovisual e da produção de um material gráfico para promoção do documentário ser alinhado a

ementa do curso de Design Gráfico, o que nos leva como grupo, a explorar nossas capacidades e especialidades, buscando entregar a comunidade um material que ajude a quebrar barreiras e desenvolver um debate que aproxima pessoas. O Samba de Seu Zé, com sua agenda inclusiva e buscando combater o preconceito, acabou por se tornar a instituição ideal para realizar esse projeto conjunto.

Design e seu papel social

A problemática identificada junto ao grupo social escolhido, neste caso a comunidade umbandista e candomblecista, é o persistente racismo religioso que essas religiões enfrentam. A discriminação e o preconceito contra praticantes dessas religiões afro-brasileiras são uma realidade constante, refletindo-se em diversas esferas da sociedade, desde o acesso a direitos básicos até mesmo em manifestações culturais como a Samba do Seu Zé.

A intolerância religiosa se manifesta de diversas formas, como agressão física, verbal e até mesmo institucionais, com políticas discriminatórias que marginalizam essas religiões. Essa realidade é particularmente preocupante quando se considera que o Brasil é uma nação reconhecida pela sua diversidade cultural e religiosa, mas que ainda enfrenta dificuldades em garantir a plena aceitação e respeito por todas as suas manifestações religiosas.

Um projeto de design pode ser uma ferramenta poderosa para combater essa problemática. Por exemplo, a criação de artefatos gráficos, como cartazes e produtos culturais, pode servir como meio de conscientização e educação sobre a importância da tolerância religiosa e da valorização das religiões afro-brasileiras. Esses artefatos podem ser distribuídos em escolas, espaços públicos e eventos culturais, ampliando o alcance da mensagem de respeito e inclusão.

Além disso, produção de roupas e artigos de moda que valorizam símbolos e elementos das religiões umbandista e candomblecista pode contribuir para a promoção da identidade cultural dessas comunidades, ao mesmo tempo em que

desafia estereótipos de preconceitos arraigados na sociedade. A relevância desse projeto para o curso e para o grupo envolvido reside na oportunidade de aplicar os conhecimentos adquiridos em design de forma prática e significativa, ao mesmo tempo em que engaja em uma causa social urgente e importante. A motivação para o projeto pode ser impulsionada pela compreensão da responsabilidade ética social do designer em promover a inclusão e combater o preconceito, bem como pelo reconhecimento do valor intrínseco das religiões afro-brasileiras na rica tapeçaria cultural do país. A escolha da organização, Samba do Seu Zé, como objetivo de estudo e intervenção é pertinente, pois representa um espaço de resistência e celebração da cultura afro-brasileira, onde as questões de discriminação e preconceito podem ser abordadas de forma sensível e eficaz. Com nosso documentário, buscamos promover um maior debate sobre o tema, fazendo o espectador se questionar e buscar maior compreensão sobre o racismo religioso. Nosso objetivo é mostrar a partir de representantes das religiões a luta diária contra o preconceito sofrido e o que eles esperam da sociedade para com suas crenças. Buscamos, em conjunto com a produtora Samba de Seu Zé, promover o debate de uma agenda mais inclusiva e representativa nas ações culturais locais, tendo como resultado, uma maior integração da comunidade afro-brasileira no contexto regional.

Crenças, cultura e identidade

A cultura, identidade nacional, é composta de povos de diversos pontos do globo. Com representantes de milhares de regiões, cada um ainda trouxe suas particularidades locais. Mas inegavelmente, a identidade brasileira é composta majoritariamente por três grupos étnicos: o nativo indígena, o europeu e o africano. Esse povo novo, como Darcy Ribeiro (1995) comenta, é novo pois dá origem ao ser brasileiro, se diferenciando de suas origens, mesclando-se e criando uma cultura singular pela apropriação e redefinição das culturas das quais vie-

ram. E nessa miscigenação desses diversos povos, naturalmente, a religião seria impactada. O cristianismo representado pela Igreja Católica num primeiro momento veio trazendo seus ensinamentos, evangelizando nativos indígenas durante o primeiro século e posteriormente, pretos, inegavelmente de forma compulsória durante os tempos da escravidão, negando-lhe sua toda a sua crença e religiosidade, sendo marcados a ferro para demonstrar sua conversão, como observa Nathalia Vince (2017 apud SILVEIRA, 2006).

Mas como a fé é algo extremamente íntimo, e crenças não podem ser expurgadas por decretos ou reprimidas pela força bruta, a espiritualidade africana, representada pelo culto aos orixás, assim como a devoção indígena aos seus espíritos tradicionais, permaneceu sendo praticada em segredo por seus povos. Como a coroa portuguesa era extremamente unida a Igreja Católica na era colonial, perseguiram os adeptos a cultos afro-brasileiros, sendo acusados de praticarem “bruxaria” (SILVA, 2017), tendo suas crenças demonizadas, como explica Eloy-na Miranda dando um exemplo de como essa perseguição era feita:

Foi escolhido como personagem para esta farsa da demonização, Exú – Orixá da liberdade, comunicação, ligado ao ato sexual, relacioná-lo ao diabo cristão é mais fácil do que entender o seu real significado para nós praticantes, é também uma tática do racismo para legitimar o desrespeito religioso as religiões cristãs frente as de matriz africana.

Essa correlação é antiga, segundo Reginaldo Prandi (PRANDI, 2013), quando os europeus chegaram ao continente africano para cristianizar o mundo selvagem e se deparam com a figura de Exú, como comunicador e representado por falos eretos, o atribuíram a algo demoníaco. O cristianismo já havia sincretizado todos os Orixás aos santos católicos e precisavam de um que representasse o diabo, algo que fugisse aos padrões cristãos ocidentais, então, Exú foi escolhido. (MIRANDA, 2018, p. 21)

Apesar de tudo, as tradições e

crenças africanas e indígenas resistiram, e posteriormente, sob o fenômeno do sincretismo religioso, tais culturas se mesclam a aspectos da religião católica e adotaram conceitos do kardecismo, doutrina religiosa baseada nos estudos de Allan Kardec (1804 – 1869). Assim, as bases das religiões afro-brasileiras foram lançadas, que posteriormente resultaram em inúmeras crenças e vertentes, tendo na Umbanda e no Candomblé seus maiores expoentes.

Mas mesmo tendo resistido a inúmeros intempéries ao longo dos séculos, tais religiões ainda sofrem pesadamente sob o preconceito, inicialmente perpetrado pela Igreja Católica, e a partir da segunda metade do século XX, especialmente a partir da década de 1980, pelo surgimento e expansão do neopentecostalismo na sociedade brasileira. O neopentecostalismo, segundo Vagner Silva (2007), tal vertente do movimento pentecostal, iniciada no final dos anos de 1970, é uma terceira fase de tal movimento, onde aderiu-se a já característica ênfase do dom de cura divina, proselitismo e conversão em massa, um afrouxamento no ascetismo, emprego de estratégias empresariais de gestão, uso da mídia para expansão da propaganda religiosa e centralidade da teologia da batalha espiritual, pregando contra outras manifestações religiosas.

Na visão neopentecostal, as religiões afro-brasileiras são vistas como malignas ou “coisas do demônio” que tem porventura, enganar o povo brasileiro e ameaçar sua prosperidade. No livro *Orixás, caboclos & guias: Deuses ou demônios?* de Edir Macedo, lançado em 1988, o autor condena as religiões afro-brasileiras e o kardecismo como seitas demoníacas e acusa as entidades espirituais de tais religiões como diabos e objetos de manobras satânicas.

Com a conseqüente expansão e fortalecimento das igrejas neopentecostais, principalmente na figura da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), tal intolerância se fortaleceu, levando a um maior preconceito pelos praticantes de tais religiões. Isso é expresso pelo preconceito religioso, que é o terceiro maior motivo

de discriminação sofrida pelos brasileiros segundo pesquisa do Datafolha realizada em 12/2018. Dentro desse quadro, 68% dos participantes que se declararam adeptos de religiões afro-brasileiras disseram terem sofrido preconceito pela sua religião. Diante desse quadro de agravamento do racismo religioso no cenário cultural brasileiro pela expansão do neopentecostalismo e sua retórica de combate ao mal e ao diabo, elegendo as religiões afro-brasileiras como representação do maléfico, levando a casos cada vez mais frequentes de ataques aos adeptos e locais de cultos a essas religiões. Isso, torna o projeto necessário para contribuir com o debate sobre liberdade de crenças e, mais importante, do racismo arraigado na sociedade brasileira que assume outras formas no cotidiano das pessoas, mas que continua segregando e dividindo a sociedade, gerando e contribuindo para diversas mazelas sociais.

Planejamento do projeto

Para a criação do documentário, a Produtora Samba de seu Zé, nos autorizou a realizar a captação do material audiovisual em seus eventos, com o intuito de promover e apresentar o projeto. Para a realização deste documentário, contamos com a participação dos membros da produtora, entrevistas com Pais e Mães de Santo a respeito de suas religiões, Padrinhos dos terreiros apresentados, e a participação dos comerciantes e lojas com a apresentação dos seus produtos.

Por fazerem parte destas religiões e terem a vivência neste meio, estes integrantes são de fundamental importância para apresentação e gravação deste documentário, podendo contribuir para a apresentação da história, vivência e produtos criados a partir desta religião.

Entrevistamos também praticantes de Umbanda que vivenciaram ou testemunharam casos de racismo religioso para obter descrições detalhadas das suas experiências, incluindo incidentes específicos de discriminação, preconceito ou estigmatização. Conversamos com membros da comunidade Umbanda para sa-

ber a sua opinião sobre o racismo religioso dentro e fora da religião. Incluiremos como eles se sentem em relação às atitudes da sociedade em relação a Umbanda e como se sentem discriminados por causa das suas crenças.

Revisamos pesquisas acadêmicas, artigos e livros sobre racismo religioso e Umbanda, o que nos proporcionou uma visão mais ampla e informada do assunto, incluindo perspectivas teóricas, analíticas e históricas. Exploramos iniciativas e programas existentes para combater o racismo religioso na Umbanda e outras religiões, incluindo campanhas de sensibilização, programas educativos e políticas de inclusão.

Consideramos a promoção da compreensão mútua e a redução do racismo religioso na perspectiva do diálogo inter-religioso por meio de entrevistas com líderes religiosos de diferentes tradições discutindo como trabalhar em conjunto para combater o preconceito e promover a tolerância. Como forma de combater o preconceito e o racismo que essas religiões sofrem, nos propusemos a produzir um documentário com o intuito de apresentar as características dessas religiões, os problemas e dificuldades sociais enfrentados pelos seus adeptos, que possuem pouca visibilidade justamente devido ao preconceito sofrido.

Nosso documentário visa jogar uma luz e acender o debate sobre o preconceito religioso, partindo de uma estrutura de três atos no roteiro, contextualizando o cenário do racismo religioso a partir de relatos dos próprios adeptos. Nessa estrutura de roteiro, abrimos com uma breve explicação do que é a Umbanda no primeiro ato. No segundo ato, apresentamos episódios de racismo sofridos pelos praticantes da religião e o impacto disso em sua percepção social. E fechando com o terceiro ato, mostramos a visão deles com possíveis soluções para esses problemas enfrentados e percepções que eles têm para o futuro.

Buscamos referências em materiais já consagrados de produção audiovisual, além de trazer um toque autoral com uma identidade visual única e exclusiva para o documentário, incluindo ilustrações criadas pela equipe de direção de arte do projeto:

Figura 1: pôsteres representando características das religiões Umbandistas



Fonte: elaborado pelos autores (maio, 2024)

Na primeira ilustração temos uma representação do exemplo de uma vestimenta utilizado pelos membros das religiões Afro-Brasileiras. Já na segunda imagem temos a representação da harmonia entre as raças, religiões e nacionalidades, pois, mesmo que as religiões Afro-Brasileiras sejam originalmente Africanas, elas permitem que membros de diversas raças se unam a elas. Na última ilustração buscamos a representação do racismo e intolerância religiosa que os membros dessas religiões sofrem, onde as algemas representam o bloqueio cultural que eles sofrem. Com estas propostas, buscamos representar através do documentário e das ilustrações, as dificuldades sociais sofridas por estes membros, através de relatos contados pelos mesmos, reduzindo a discriminação e aumentando o conhecimento a respeito destas religiões, pois o pré-conceito que o outros possuem delas, que gera estes conflitos.

Esse documentário foi criado a partir de gravações feitas em locais e eventos indicados pela produtora Samba de Seu Zé, e contou com o apoio dos terreiros locais que se disponibilizaram a participar. O conceito do documentário é explorar o tema racismo religioso a partir de relatos dos participantes das religiões afro-brasileiras. O estilo para apresentação será no formato storytelling através de entrevistas, em que os relatos apresentados serão desenvolvidos pelos próprios participantes e dividido em atos, onde será contado a história das religiões, suas vivências na sociedade e seus futuros objetivos.

O documentário tem uma duração de 40 minutos, sendo gravado em full HD (resolução 1920x1080) e com legen-

das, além de conter ilustrações originais para a apresentação de cada tema, bem como a apresentação de imagens e entrevistas realizadas junto aos integrantes destas religiões, e as apresentações da Produtora Samba de seu Zé em terreiros parceiros.

Desenvolvimento do projeto

Após a apresentação das propostas para temas do projeto extensionista, nosso grupo decidiu criar um documentário sobre racismo religioso. Escolhemos abordar as religiões afro-brasileiras, que frequentemente sofrem racismo religioso devido ao seu estilo diferente de expressar a fé. Devido a esses casos, os integrantes dessas religiões se tornaram mais resistentes ao contato com pessoas externas à sua cultura, dificultando muito a conexão.

Ao buscarmos instituições, encontramos a produtora Samba de Seu Zé, que nos ajudou e apresentou o primeiro contato com essas religiões. A produtora nos auxiliou no desenvolvimento inicial, convidando-nos para eventos e compartilhando histórias sobre essas religiões. À medida que desenvolvemos o projeto, mantivemos contato com a Samba de Seu Zé, organizando a distribuição de tarefas e a designação dos objetivos para a equipe, além de coordenar as idas aos eventos e as gravações das cenas para o documentário.

Durante a realização do projeto, tivemos diversas atividades, desde a seleção do que iríamos apresentar até a escolha dos conteúdos para o documentário. Conforme desenvolvemos o projeto, combinamos com a Samba de Seu Zé para firmar a criação do documentário com as pessoas que estavam em sua “bolha cultural” em uma reunião. Nessa reunião, conseguimos firmar um acordo para dar continuidade à ideia inicial do projeto. Começamos a reunir embasamento teórico com a própria produtora Samba de Seu Zé e marcamos um dia para a gravação de um de seus eventos (4 de maio), para adicionar ao documentário.

Figura 2: Reuniões de planejamento do projeto



Fonte: elaborado pelos autores (maio, 2024)

Esse período foi crucial para a produção do relatório, onde adicionamos o contexto e explicamos o motivo de estarmos realizando esse projeto. Para a sistematização e organização do projeto, dividimos o grupo para que determinados participantes ficassem em sua área de especialidade, de forma, tornamos o projeto mais dinâmico e prático de se realizar. Dividindo o grupo, tivemos um grupo para captação e edição do documentário, um para a criação dos roteiros e definição das perguntas a serem realizadas, um grupo para cuidar das peças gráficas (ilustrações) e produção do pôster, e uma pessoa para auxiliar de maneira geral o grupo. Acesse o documentário: <https://youtu.be/SVHJzQbmQJY?si=yI78eQPm-b1wPjico>

Figura 3: Apresentação do projeto para a banca avaliadora



Fonte: elaborado pelos autores (junho, 2024)

Considerações finais

O “Branco do Terreiro” é uma proposta de combate ao racismo religioso enraizado na nossa sociedade, enfrentado diariamente pelos praticantes das religiões afro-brasileiras como a Umban-

da, a Jurema e o Candomblé. Esse projeto, desenvolvido por alunos do curso de Design Gráfico do Centro Universitário Estácio de Goiás, resultou em um documentário.

Em colaboração com a Samba de Seu Zé, produtora cultural fundada em 2023 por Rose Ribeiro e José Guilherme, estabelecemos contatos com diversos líderes religiosos dessas tradições. A Samba de Seu Zé organiza eventos culturais focados no “povo de terreiro” e apoia causas comunitárias através da coleta e distribuição de doativos.

Com a necessidade de promover a tolerância religiosa, o documentário tornou-se um meio de expressão para abordar o preconceito e a discriminação enfrentados pela sociedade brasileira. Utilizamos o design para promover a conscientização e combater a intolerância religiosa, registrando, por meio de entrevistas, as experiências de discriminação enfrentadas pelos praticantes das religiões afro-brasileiras. Além do documentário, produzimos cartazes para exposição e promoção do tema. Essas questões são urgentes e precisam ser incluídas no debate público sobre inclusão e respeito cultural.

Obtivemos apoio das comunidades visitadas, que foram receptivas ao projeto e ajudaram na divulgação do material produzido. A interação com esses líderes religiosos e suas histórias de resistência ampliou minha compreensão sobre a importância da luta contra o racismo religioso.

A prática de criar artefatos visuais que representem uma cultura específica está intrinsecamente ligada ao design social, já que no design gráfico, quando aplicado de maneira consciente e sensível, tem o poder de promover a inclusão de forma eficaz. Isso exige uma abordagem respeitosa e cuidadosa. O design social não é apenas sobre estética, mas sobre criar comunicação e representação.

E ao criar visuais que retratam essas religiões, estamos contribuindo para a visibilidade e a valorização de culturas marginalizadas e mal compreendidas. Usamos uma ferramenta criativa através

do design e ao abordar o racismo religioso, utilizamos nossas habilidades para enfrentar preconceitos e promover a compreensão dessas culturas. Isso nos possibilitou criar um roteiro baseado não só em obter informações dos entrevistados, mas também criar um material que fosse capaz de sensibilizar e educar o público sobre a importância de respeitar e valorizar a diversidade religiosa e nacional.

Essa experiência nos colocou em contato direto com simbologias, tanto mitológicas, históricas e artísticas, das religiões afro-brasileiras e me fez refletir sobre o meu papel enquanto pessoa e profissional de design gráfico, especialmente sobre como usar meu trabalho para promover justiça social e trazer visibilidade a grupos marginalizados.

Em conclusão, a integração da teoria e da prática neste projeto aprimorou nossas habilidades técnicas e conceituais, mas também nos trouxe um entendimento mais amplo e empático das questões enfrentadas pelos praticantes das religiões afro-brasileiras. O que mais aprendemos durante este projeto foi que o design gráfico, quando orientado por princípios do design social, tem o potencial de ser uma ferramenta poderosa de transformação na sociedade e com ele podemos promover um diálogo inclusivo e respeitoso entre diferentes culturas e crenças. Descobrimos histórias incríveis de resiliência e resistências dos praticantes, incluindo crianças, o que ampliou meus horizontes.

O envolvimento de todos no grupo, o entusiasmo e o empenho foram fundamentais. As aulas proporcionaram a base necessária para mergulharmos no projeto e descobrirmos histórias importantes da nossa cultura brasileira.

Enfrentamos alguns desafios, como desencontros de informações e resistência de membros familiares e amigos por falta de conhecimento sobre o tema. Contudo, esses obstáculos contribuíram para um aprendizado valioso sobre a temática e como o design pode ser uma ferramenta de transformação social. Recomendamos a continuidade de projetos como este, enfatizando a necessidade de apoio institucional e comunitário para enfrentar desafios

futuros. Ver essas lutas com a ótica do design e encontrar formas de ajudar a comunidade é a maior recompensa deste projeto. Iniciativas simples podem fazer grandes diferenças, e este projeto demonstra o poder do design em promover a inclusão e o respeito cultural.

Referências Bibliográficas

FERNANDES, N. V. E. (2017). A raiz do pensamento colonial na intolerância religiosa contra religiões de matriz africana. *Revista Calundu*, 1(1).

MACEDO, Edir. *Orixás, Caboclos e Guias Deuses ou Demônios*. Rio de Janeiro: Universal, 16ª edição, 1993.

MIRANDA, Eloyna Augusta Mesquita. *As religiões de matriz africana e o racismo religioso no Brasil: os velhos e os novos agentes da perseguição ao candomblé na Bahia*. 2018.

PRANDI, R. Sobre as religiões afro-brasileiras (About Afro-Brazilian Religions) - *HORIZONTE - Revista de Estudos de Teologia e Ciências da Religião*, v. 11, n. 29, p. 10-12, 27 mar. 2013.

SILVA, Vagner Gonçalves da *Orixás da Metrópole / Vagner Gonçalves da Silva*. 2. ed. – São Paulo: FEUSP, 2022. (Coleção Viramundo). 364 p.

SILVEIRA, Renato da. *O candomblé da Barroquinha: processo de constituição do primeiro terreiro baiano de keto*. Salvador: Maianga, 2006, 648p.

DESIGN SOCIAL E ANTIRRACISMO: A LUTA DA NOROCITY ATRAVÉS DAS BATALHAS DE MCS

SOCIAL DESIGN AND ANTIRACISM: NOROCITY'S FIGHT THROUGH MC BATTLES

ARAGÃO, Paulo Ricardo¹, BARBOSA, Isabele Maria Geraldo², MORA, Marcos Antônio Felix de¹, SANTANA, Gabriel Gonçalves¹, SOUZA, Patryck Alex Fernandes de¹, VALLE, André Paranhos Assis¹.

1.Discente do CST em Design Gráfico do Centro Universitário Estácio de Goiás. 2.Docente do CST em Design Gráfico do Centro Universitário Estácio de Goiás; . Avenida Goiás, Quadra 2.1, Lote Área, Loja 2, 2151 -Setor Central. CEP: 74063010.

Recebido em 01/08/2024. Aceito para publicação em 18/09/2024

RESUMO

O artigo explora o papel do Design social como ferramenta de mobilização e combate ao racismo no contexto das periferias brasileiras. O estudo de caso analisa o projeto de revitalização visual do grupo Norocity, que organiza batalhas de MCs em Goiânia, promovendo a inclusão social e cultural por meio da arte. A abordagem do Design como um meio de transformação social busca reduzir preconceitos e criar uma imagem positiva do movimento hip-hop entre a comunidade local.

PALAVRAS-CHAVE: Design Social, Antirracismo, Batalhas de MCs, Cultura Hip-Hop, Inclusão Social

ABSTRACT

The article explores the role of social design as a tool for mobilization and combating racism in the context of Brazilian peripheries. The case study analyzes the visual revitalization project by the Norocity group, which organizes MC battles in Goiânia, promoting social and cultural inclusion through art. The approach of design as a means of social transformation aims to reduce prejudice and create a positive image of the hip-hop movement within the local community.

KEYWORDS: Social Design, Antiracism, MC Battles, Hip-Hop Culture, Social Inclusion

INTRODUÇÃO

O Design social tem ganhado destaque nas últimas décadas como uma ferramenta

para abordar problemas complexos da sociedade, como a desigualdade, a exclusão e o racismo. Quando aplicado em contextos de vulnerabilidade, o Design pode não só melhorar a qualidade de vida das pessoas, mas também ser uma poderosa ferramenta de empoderamento. Este artigo busca discutir como o Design gráfico e a comunicação visual podem ser aplicados para combater o racismo e transformar a percepção pública de movimentos culturais marginalizados, como as batalhas de MCs.

Utilizando o projeto "Antirracismo a Arte da Batalha de MCs", liderado pelo grupo Norocity em Goiânia, como estudo de caso, analisamos como o Design foi instrumental em dismantelar preconceitos associados aos jovens periféricos que participam dessas batalhas e em valorizar a cultura hip-hop como uma forma legítima de expressão artística e política.

Contextualização: O Hip-Hop e as Batalhas de MCs

O hip-hop é um movimento cultural global que surgiu nas comunidades negras e latinas de Nova York nos anos 1970. Desde então, tornou-se uma ferramenta de resistência cultural em várias partes do mundo, sendo adotado por comunidades marginalizadas como uma forma de protesto contra a opressão social e racial. No Brasil, o hip-hop e suas vertentes – incluindo o rap, o grafite e as batalhas de MCs – têm sido uma forma crucial de expressão para jovens da periferia, permitindo-lhes contar suas histórias e resistir às condições de desigualdade. As batalhas de MCs são uma das manifestações mais populares do hip-hop no Brasil. São eventos em que jovens competem entre si através de improvisos (freestyle), abordando temas como

racismo, pobreza e injustiça social. Em Goiânia, o grupo Norocity organiza regularmente essas batalhas, promovendo a inclusão cultural e oferecendo aos jovens um espaço seguro para se expressarem. No entanto, como ocorre em muitas comunidades, esses eventos são frequentemente vistos com desconfiança e preconceito por parte da população local.

Diagnóstico: Desafios e Problemáticas

O grupo Norocity, responsável por organizar as batalhas de MCs na Praça da Cultura, no Jardim Curitiba 3, enfrentava um problema recorrente de preconceito e discriminação. Uma pesquisa realizada com 108 moradores locais revelou que 35% dos entrevistados evitavam a praça devido ao medo de que as batalhas fossem associadas à violência, drogas e criminalidade. Além disso, 48% dos entrevistados acreditavam que o movimento era exclusivamente para “maconheiros”. Essas percepções negativas prejudicavam a participação e o apoio ao movimento, além de perpetuar a marginalização dos jovens da periferia.

A desinformação e as fake news também agravavam essa situação, já que muitas vezes os participantes das batalhas eram associados a ex-presidiários ou envolvidos com atividades ilícitas. Esse cenário evidenciou a necessidade de uma intervenção que pudesse combater esses estigmas e apresentar o movimento sob uma nova perspectiva – como um espaço de expressão artística e empoderamento social.

Referencial Teórico: Hip-Hop como Ferramenta de Resistência

Para contextualizar a importância do hip-hop e das batalhas de MCs como formas de resistência, recorreremos aos trabalhos de Tricia Rose e Jeff Chang, autores fundamentais no estudo do hip-hop como fenômeno cultural e político. Em sua obra “Black Noise: Rap Music and Black Culture in Contemporary America” (1994), Rose argumenta que o hip-hop tem sido uma ferramenta essencial para que as comunidades negras se expressem e resistam à opressão. A música e a cultura hip-hop refletem as realidades vividas por essas comunidades e servem como um espaço de contestação e empoderamento. Jeff Chang, em seu livro “Can’t Stop Won’t Stop: A History of the Hip-Hop Generation”

(2005), complementa essa análise, mostrando como o hip-hop evoluiu de um movimento local para uma cultura global de resistência. No Brasil, o hip-hop se apropriou de questões locais, como o racismo estrutural, a violência policial e a desigualdade social, oferecendo aos jovens da periferia uma plataforma para resistir e protestar contra essas condições. As batalhas de MCs, em particular, representam uma forma de poesia oral contemporânea, onde os jovens não apenas competem, mas também se conectam emocionalmente com suas realidades e com a comunidade ao seu redor.

Metodologia: O Design Thinking como Ferramenta de Transformação

A metodologia utilizada para desenvolver o projeto foi o Design Thinking, um processo iterativo que coloca as pessoas e suas necessidades no centro da solução de problemas. O Design Thinking é particularmente eficaz em projetos de Design social, pois permite uma abordagem colaborativa e centrada no usuário. O processo seguiu cinco etapas principais:

- Empatia: A equipe de Design realizou entrevistas e pesquisas de campo com a comunidade local e os participantes das batalhas de MCs. O objetivo era entender as percepções e preocupações da população em relação ao movimento, bem como identificar as necessidades dos jovens que participam das batalhas.

- Definição: Após a fase de empatia, foi possível definir claramente o problema a ser resolvido: a marginalização dos jovens periféricos participantes das batalhas de MCs e a necessidade de mudar a percepção pública sobre o movimento hip-hop. O preconceito e a desinformação foram identificados como os principais obstáculos.

- Ideação: Nesta etapa, foram propostas várias soluções para enfrentar o preconceito, incluindo o reDesign da identidade visual da Norocity, a criação de novos materiais promocionais (camisetas, adesivos, cartazes), e a produção de um documentário para contar a história do grupo e de suas atividades.

- Prototipagem: A equipe de Design desenvolveu protótipos dos materiais gráficos, incluindo um novo logotipo para o grupo Norocity, camisetas de uniforme para os partici-

pantes, adesivos e banners. Esses materiais foram apresentados em eventos culturais locais, como o “Baile da Codorna”.

- Testes: A recepção dos materiais foi avaliada durante eventos organizados pela Norocity. O feedback da comunidade foi fundamental para ajustar as estratégias visuais e a comunicação do grupo. Os resultados iniciais indicaram uma mudança positiva na percepção do público em relação às batalhas de MCs e à importância do movimento hip-hop na comunidade.

Criação e Produção de Materiais

O principal objetivo do projeto foi revitalizar a identidade visual da Norocity e desenvolver materiais que pudessem comunicar de forma clara e eficaz os valores do grupo, combatendo os estereótipos negativos. Entre as principais ações criativas realizadas, destacam-se:

- Redesign do Logotipo: A nova identidade visual da Norocity incluiu um logotipo moderno, com cores vibrantes e uma tipografia que remete à cultura de rua. O Design foi pensado para transmitir a energia e a autenticidade do movimento hip-hop, ao mesmo tempo em que busca promover a inclusão e a diversidade.

- Camisetas e Adesivos: Foram produzidas camisetas personalizadas para os participantes das batalhas de MCs, criando um senso de pertencimento e identidade visual. Além disso, adesivos com o novo logotipo foram distribuídos pela cidade, ajudando a aumentar a visibilidade do grupo e a promover o movimento nas redes sociais.

- Cartazes e Banners: Os cartazes e banners produzidos para os eventos incluíam QR codes que direcionavam os interessados ao Instagram da Norocity, permitindo um acompanhamento mais fácil das atividades do grupo. As mensagens dos cartazes também eram focadas em combater o racismo e a discriminação, reforçando o papel das batalhas de MCs como um espaço de resistência cultural.

- Documentário: O documentário produzido pela equipe de Design foi uma das principais ferramentas de comunicação do projeto. Ele narrava a trajetória do grupo Norocity, destacando as batalhas de MCs como

um espaço de empoderamento e valorização cultural. O documentário foi exibido em eventos locais e serviu como um importante veículo para conscientizar a população sobre a importância do movimento.

Figura 1: Redesign do Logotipo



Fonte: Dos autores (2024)

Figura 2: Camisetas



Fonte: Dos autores (2024)

Figura 3: Adesivos



Fonte: Dos autores (2024)

Figura 4: Cartazes



Fonte: Dos autores (2024)

Figura 5: Layouts para publicações no Instagram



Fonte: Dos autores (2024)

Figura 6: Frame do documentário produzido pela equipe de Design



Fonte: Dos autores (2024)

Impacto do Design na Inclusão Social

O impacto do projeto foi mensurado através de indicadores qualitativos e quantitativos. Uma das primeiras mudanças observadas foi o aumento da participação da comunidade nos eventos da Norocity. O evento “Baile da Codorna”, por exemplo, contou com a presença de 80 a 100 pessoas, número significativamente maior do que o registrado antes da implementação do projeto. Além disso, a recepção positiva dos materiais gráficos, como camisetas e cartazes, indicou que a nova identidade visual contribuiu para fortalecer o engajamento do público.

Os depoimentos dos participantes e da comunidade também evidenciaram uma mudança de percepção em relação às batalhas de MCs. A presença de materiais visuais profissionais e bem elaborados ajudou a criar uma imagem mais positiva do movimento, reduzindo o preconceito e atraindo novos apoiadores para a causa.

Desafios e Limitações

O projeto enfrentou desafios relacionados à falta de financiamento e à resistên-

cia inicial de parte da população. Embora os materiais tenham sido bem recebidos, o processo de produção foi limitado pela escassez de recursos, o que impediu a ampliação das campanhas de divulgação. Além disso, alguns moradores continuaram relutantes em participar dos eventos, mesmo após a implementação das mudanças visuais.

Outro desafio foi a produção do documentário, que enfrentou atrasos devido à falta de autorização para uso de imagem de alguns participantes. Isso demandou ajustes na edição e prolongou o cronograma do projeto. No entanto, a equipe conseguiu superar esses obstáculos e finalizar o material de forma satisfatória.

Discussão: O Design como Ato Político

O projeto Norocity ilustra como o Design pode ser utilizado não apenas como ferramenta estética, mas como um ato político e social. O processo de criação da nova identidade visual do grupo foi, em si, um ato de resistência contra os estereótipos e o racismo que permeiam a sociedade. Ao dar visibilidade ao movimento hip-hop e às batalhas de MCs, o Design ajudou a transformar a percepção pública sobre os jovens periféricos, contribuindo para a criação de uma narrativa mais positiva e inclusiva.

Esse caso reforça a ideia de que o Design social deve ir além da forma e da função, incorporando questões éticas e políticas em sua prática. Ao promover o empoderamento de comunidades marginalizadas, o Design tem o poder de criar espaços de inclusão e participação, desafiando estruturas de poder e desigualdade.

Conclusão

O estudo de caso da Norocity demonstra que o Design social pode desempenhar um papel crucial na promoção de mudanças sociais, especialmente em contextos de exclusão e preconceito. Ao aplicar princípios do Design Thinking e utilizar o Design como uma ferramenta de combate ao racismo, o projeto ajudou a transformar a percepção pública sobre as batalhas de MCs e contribuiu para a inclusão e valorização da cultura hip-hop. Os resultados indicam que o Design

pode ser uma ferramenta poderosa para enfrentar estigmas e promover a justiça social, criando pontes entre diferentes setores da sociedade.

Referências Bibliográficas

Rose, T. (1994). *Black Noise: Rap Music and Black Culture in Contemporary America*. Wesleyan University Press.

Chang, J. (2005). *Can't Stop Won't Stop: A History of the Hip-Hop Generation*. Picador.

Monteiro, M. (2013). *Design é Trabalho Sujo*. Bookman.

Margolin, V. (2002). *The Politics of the Artificial: Essays on Design and Design Studies*. University of Chicago Press.

PROMOVENDO A DIVERSIDADE ÉTNICO-RACIAL NO ENSINO FUNDAMENTAL: UMA ANÁLISE DO PROJETO “5º ANO E SEUS TONS DE PELE”

PROMOTING ETHNIC-RACIAL DIVERSITY IN ELEMENTARY EDUCATION: AN ANALYSIS OF THE PROJECT ‘5TH GRADE AND ITS SHADES OF SKIN’

BARBOSA, Isabele Maria Geraldo (docente)¹, CARVALHO, Joyce Geovana do Carmo², PAULA, Victor Hugo Cirqueira de³, PEREIRA, Maria Laura Lima², SANTIAGO, Pedro Lucas Silva³, SANTOS, Stefany Rosa dos², SILVA, Carlos Henrique Alves da³, SILVA, Lucas dos Santos³, SILVA, Maria Letícia Arruda², SOUZA, Lara Jordana Gonçalves de².

1. Docente do CST em Design Gráfico do Centro Universitário Estácio de Goiás. 2. Discente do CST em Design de Moda do Centro Universitário Estácio de Goiás. 3. Discente do CST em Design Gráfico do Centro Universitário Estácio de Goiás Avenida Goiás, Quadra 2.1, Lote Área, Loja 2, 2151 -Setor Central. CEP: 74063010.

Recebido em 01/08/2024. Aceito para publicação em 18/09/2024

RESUMO

Este artigo explora o impacto da representatividade étnico-racial no desenvolvimento infantil, utilizando o projeto “5º Ano e Seus Tons de Pele” como estudo de caso. Desenvolvido por estudantes dos cursos de Design de Moda e Gráfico do Centro Universitário Estácio de Goiás, o projeto visa combater estereótipos raciais e promover a inclusão no ambiente escolar. Baseando-se em teorias de Paulo Freire e bell hooks, este trabalho destaca como a educação pode transformar a sociedade ao abordar questões de identidade, diversidade e respeito desde a infância.

PALAVRAS-CHAVE: Identidade, Diversidade, Inclusão Social, Design Social, Infância

ABSTRACT

This article explores the impact of ethnic-racial representation on child development, using the project “5th Grade and Its Shades of Skin” as a case study. Developed by students from the Fashion Design and Graphic Design courses at Estácio de Goiás University Center, the project aims to combat racial stereotypes and promote inclusion in the school environment. Drawing on theories by Paulo Freire and bell hooks, this work highlights how education can transform society by addressing issues of identity, diversity, and respect from early childhood.

KEYWORDS: Identity, Diversity, Social Inclusion, Social Design, Childhood

INTRODUÇÃO

No Brasil, a questão racial é complexa e profundamente enraizada na história do país. A escola, como uma instituição de formação social e intelectual, é um espaço crucial para a desconstrução de estereótipos raciais e a promoção da igualdade. Este artigo analisa a importância de promover a diversidade étnico-racial no ensino fundamental através do estudo do projeto “5º Ano e Seus Tons de Pele”, realizado em uma escola municipal de Bela Vista de Goiás. A proposta incentiva as crianças a explorar sua identidade por meio de atividades lúdicas e educativas que destacam a importância da representatividade.

A construção da identidade étnico-racial se inicia cedo na vida escolar, sendo influenciada por experiências cotidianas e interações sociais. No entanto, o ambiente escolar brasileiro, muitas vezes, não oferece espaço suficiente para discutir e promover a diversidade racial, o que pode reforçar estereótipos e preconceitos. As crianças estão constantemente expostas a representações limitadas de beleza e identidade, nas quais a “cor de pele” é associada a um único tom, geralmente eurocêntrico. Este projeto buscou justamente desafiar essas representações, oferecendo às crianças a oportunidade de se expressarem e se ve-

rem representadas de forma positiva e autêntica.

Contextualização do Projeto

O projeto “5º Ano e Seus Tons de Pele: Uma Viagem Pela Diversidade” foi desenvolvido por estudantes de Design de Moda e Gráfico do Centro Universitário Estácio de Goiás, sob orientação da professora Isabele Barbosa. A proposta surgiu a partir de uma observação em uma escola filantrópica que atende crianças carentes, a Escola Municipal de Tempo Integral Emílio Blanke, gerida pela Associação de São José. Essa instituição, localizada em Bela Vista de Goiás, atende alunos de diversas faixas etárias, e o projeto foi especificamente direcionado aos alunos do 5º ano, com idades entre 9 e 10 anos.

Durante uma conversa inicial com os professores da instituição, foi identificado um problema recorrente: os alunos associavam o lápis de cor rosa claro como sendo a “cor de pele”. Esse fenômeno é comum em muitas escolas e reflete uma visão limitada sobre a diversidade étnico-racial. A escolha dessa turma para o projeto foi estratégica, já que as crianças dessa faixa etária estão em um estágio importante de construção de sua identidade e compreensão social. O projeto foi estruturado para abordar essa problemática por meio de atividades interativas, onde os alunos poderiam explorar e representar seus próprios tons de pele de maneira criativa e inclusiva.

Problematização e Justificativa

A questão do racismo e da exclusão social está profundamente enraizada na história e nas estruturas sociais brasileiras. Desde o período colonial, a sociedade brasileira foi construída com base em uma hierarquia racial, que favorecia os brancos em detrimento dos negros e indígenas. Essa herança colonial se reflete até hoje em várias esferas da sociedade, inclusive na educação.

No ambiente escolar, muitas crianças crescem sem se verem representadas nos materiais didáticos e nas atividades diárias. Quando o lápis de cor rosa claro é visto como “cor de pele”, ele reforça a ideia de que

há um tom de pele padrão, geralmente associado às características eurocêntricas. Isso exclui as crianças negras, pardas e indígenas, que não se reconhecem nesse tom de pele, o que pode afetar negativamente sua autoestima e percepção de pertencimento.

A escolha de trabalhar com os alunos do 5º ano foi baseada na observação de que, nesta idade, as crianças já estão começando a formar suas identidades e internalizar preconceitos e estereótipos. Portanto, é um momento crucial para intervenções educativas que promovam a diversidade e o respeito às diferenças.

Fundamentos Teóricos

A base teórica que sustenta o projeto “5º Ano e Seus Tons de Pele” está ancorada em dois pilares fundamentais: as concepções educacionais de Paulo Freire e as reflexões interseccionais de bell hooks. Ambos são essenciais para entender o papel transformador da educação no combate ao racismo e à exclusão social.

Paulo Freire e a Educação como Prática da Liberdade

Paulo Freire é uma referência inquestionável no campo da educação, especialmente por seu enfoque na pedagogia crítica e na educação como prática da liberdade. Sua obra, especialmente *Pedagogia do Oprimido*, propõe uma educação emancipatória, onde o processo de aprendizagem vai além da simples transmissão de conhecimentos e se torna uma ferramenta de transformação social. Freire defende que a educação deve capacitar os indivíduos a questionarem e desafiar as estruturas opressivas que moldam suas realidades, permitindo que eles se tornem agentes de mudança.

No contexto do projeto, a visão de Freire é particularmente relevante. Ao oferecer às crianças a oportunidade de refletir sobre suas próprias identidades étnico-raciais e expressá-las de maneira criativa, o projeto promove uma pedagogia libertadora. As crianças, que antes internalizavam padrões eurocêntricos de beleza e identidade, passam a questionar essas normas e a valorizar suas próprias características físicas. Ao criar

seus próprios desenhos e narrativas visuais, os alunos estão, de fato, participando de um processo de conscientização crítica sobre a diversidade racial e as estruturas de opressão implícitas no racismo cotidiano.

Além disso, Freire afirma que a educação é um ato político. Para ele, os educadores têm a responsabilidade de reconhecer as desigualdades presentes nas salas de aula e de promover uma educação inclusiva que combata essas desigualdades. No caso do projeto “5º Ano e Seus Tons de Pele”, os professores e estudantes universitários envolvidos atuam como mediadores desse processo de conscientização, facilitando a transformação das percepções das crianças sobre cor de pele, identidade e pertencimento.

bell hooks e a Interseccionalidade no Combate ao Racismo

A perspectiva de bell hooks, uma pensadora feminista, antirracista e interseccional, complementa as ideias de Freire ao trazer para o debate a necessidade de abordar raça, gênero e classe de maneira interconectada. Em seu livro *Teaching to Transgress: Education as the Practice of Freedom*, hooks enfatiza que a educação deve ser um espaço onde as vozes marginalizadas sejam ouvidas e valorizadas. Para ela, o ambiente educacional é um local de resistência, onde as identidades marginalizadas – especialmente de mulheres e homens negros – devem ser afirmadas e celebradas.

A pensadora também faz um chamado para que os educadores desafiem as estruturas de poder e privilégio que perpetuam a exclusão racial. Ela argumenta que o racismo é uma forma de violência simbólica e estrutural, que se manifesta não apenas em atos de discriminação explícita, mas também na negação das identidades negras nos espaços de ensino. Essa violência pode ser vista em práticas aparentemente inofensivas, como o uso do lápis de cor rosa claro como “cor de pele”, que perpetua a ideia de que a cor branca é o padrão e marginaliza todas as outras identidades.

O projeto desenvolvido na Escola Emílio Blanke se alinha a essa visão, ao criar um espaço onde as crianças negras, pardas e indígenas podem expressar suas

próprias identidades e ver essas identidades reconhecidas e valorizadas. Ao envolver as crianças na criação de um livro colaborativo que destaca a diversidade de tons de pele, o projeto combate ativamente a violência simbólica do racismo e promove um ambiente onde as diferenças são celebradas, e não suprimidas.

Design como Ferramenta de Conscientização Social

Tanto Freire quanto Hooks compartilham a crença de que a educação deve ir além da reprodução de conhecimentos e ser uma prática de resistência, empoderamento e transformação. Ao combinar as teorias de ambos com a prática do design, o projeto “5º Ano e Seus Tons de Pele” não apenas promove a conscientização sobre a diversidade racial, mas também cria um espaço onde a criatividade é utilizada como um meio de expressão identitária e de inclusão social.

A Aplicação Prática: O Livro Colaborativo

A principal ferramenta pedagógica do projeto foi a criação de um livro colaborativo, onde os alunos puderam desenhar e colorir representações de si mesmos. Cada criança recebeu uma coleção de lápis com diferentes tons de pele, permitindo que escolhessem a cor que melhor representava sua própria pele. Essa atividade foi precedida por uma discussão em sala de aula sobre diversidade racial, onde os professores explicaram a importância de respeitar e valorizar todas as cores de pele.

O processo de criação do livro colaborativo foi fundamental para incentivar a autoexpressão dos alunos e permitir que se vissem representados de forma autêntica. Os desenhos e as narrativas visuais que emergiram do projeto refletem a diversidade étnica da turma e mostram como cada criança se identifica e se sente em relação à sua aparência.

Além de promover a diversidade dentro da sala de aula, o projeto também teve um componente visual e artístico significativo, alinhado aos cursos de Design de Moda e Gráfico. O projeto deu aos alunos de Design a oportunidade de trabalhar diretamente com crianças em uma comu-

nidade carente, aplicando suas habilidades criativas para resolver um problema social. A criação dos bonecos em branco, que foram preenchidos pelos alunos com seus próprios desenhos, foi uma maneira de ensinar tanto aos futuros designers quanto às crianças sobre a importância da inclusão e da representatividade.

Resultados e Impacto

Os resultados do projeto foram amplamente positivos, tanto para os alunos quanto para os professores envolvidos. As crianças demonstraram um aumento significativo na compreensão e valorização da diversidade racial. Para muitas delas, essa foi a primeira vez que se viram representadas em um material escolar, o que gerou sentimentos de pertencimento e empoderamento.

As entrevistas realizadas com os alunos revelaram que muitos deles passaram a se sentir mais confortáveis em discutir questões raciais e a valorizar suas próprias características físicas. Um dos depoimentos mais emocionantes veio de uma aluna negra, que afirmou que nunca havia desenhado uma figura que se parecesse com ela antes dessa atividade. Isso mostra o quanto a falta de representatividade pode impactar a autoestima e o senso de identidade das crianças.

Além disso, os professores relataram que o projeto contribuiu para criar um ambiente mais inclusivo na sala de aula, onde as diferenças são respeitadas e celebradas. O livro colaborativo também foi disponibilizado para outras turmas da escola, com a intenção de ampliar o alcance do projeto e promover uma cultura escolar mais inclusiva.

Figura 1: Criação dos personagens de apoio



Fonte: Dos autores (2024)

Figura 2: Criação dos personagens de apoio



Fonte: Dos autores (2024)

Figura 3: Estudo de cores



Fonte: Dos autores (2024)

Figura 4: Diagramação do livro de colorir



Fonte: Dos autores (2024)

Figura 5: Diagramação do livro de colorir



Fonte: Dos autores (2024)

Figura 6: Caixa de lápis de cor tons de pele



Fonte: Dos autores (2024)

Figura 7: Desenho pintado com o tom de pele escolhido pelo aluno



Fonte: Dos autores (2024)

Figura 8: Equipe de designers reunida com alunos participantes do projeto



Fonte: Dos autores (2024)

O Potencial do Design como Ferramenta Pedagógica e Social

O design, enquanto campo criativo e visual, tem um enorme potencial para influenciar percepções, moldar identidades e promover a inclusão. No projeto "5º Ano e Seus Tons de Pele", o design foi utilizado de maneira estratégica para envolver as crianças em um processo criativo e reflexivo, onde elas puderam explorar a diversidade de tons de pele e questionar estereótipos raciais. Esta seção se aprofunda no papel do design como uma ferramenta poderosa no contexto educacional e social.

Design Gráfico e a Representação Inclusiva

No campo do Design Gráfico, as representações visuais têm um impacto direto sobre como as pessoas percebem a si mesmas e os outros. As escolhas de cores, formas e estilos visuais influenciam as narrativas que são contadas e, muitas vezes, perpetuam ou desafiam normas sociais. No caso do projeto, a introdução de lápis de cor com diferentes tons de pele proporcionou às crianças uma nova perspectiva sobre a representatividade. Ao permitirem que as crianças colorissem figuras com os tons que melhor representavam sua própria pele, os idealizadores do projeto criaram uma experiência visual e sensorial que reforçou o respeito às diferenças.

O design inclusivo tem o poder de desafiar normas visuais que perpetuam a exclusão. Em muitos materiais didáticos e produções culturais, a branquitude é retratada

como o padrão. A desconstrução dessa ideia através do design gráfico é um passo fundamental para promover a igualdade racial. Ao criar um livro colaborativo com as crianças, o projeto ensinou aos futuros designers a importância de desenvolver materiais visuais que representem a pluralidade de identidades, garantindo que todas as crianças se sintam incluídas e representadas.

Design de Moda e a Diversidade de Tons de Pele

O Design de Moda também desempenha um papel importante na promoção da diversidade e inclusão. Durante décadas, a indústria da moda foi criticada por sua falta de representatividade, especialmente em relação aos corpos e tons de pele negros. No entanto, nos últimos anos, a moda tem se tornado um espaço de resistência, onde movimentos ativistas exigem maior inclusão de modelos e estilos que celebrem a diversidade racial.

O projeto “5º Ano e Seus Tons de Pele” trouxe essa discussão para o ambiente escolar ao abordar a importância de valorizar os diferentes tons de pele no contexto da moda. As crianças foram incentivadas a ver a moda como uma ferramenta de expressão pessoal, onde suas identidades são refletidas e celebradas. A escolha de representar os diferentes tons de pele por meio de um projeto lúdico, como o livro colaborativo, mostra como o design de moda pode ir além da estética e ser uma forma de resistência contra padrões racistas.

Design Thinking e Metodologia Criativa

Outro aspecto importante do uso do design no projeto foi a aplicação do Design Thinking, uma metodologia criativa que coloca o ser humano no centro do processo de resolução de problemas. O Design Thinking se baseia em empatia, colaboração e experimentação, sendo uma abordagem perfeita para um projeto que visa a inclusão e o respeito à diversidade.

O uso dessa metodologia foi crucial para entender as necessidades das crianças e da comunidade escolar. Na fase de empatia, os alunos universitários observaram e ouviram as experiências das crianças, percebendo que a falta de representatividade nos ma-

teriais escolares tinha um impacto negativo em sua autoestima. Com base nessas observações, o projeto foi desenvolvido para atender diretamente a essa necessidade, criando uma solução que fosse significativa para os alunos. A fase de prototipação permitiu que o grupo de estudantes universitários testasse e ajustasse o material com base no feedback das crianças, garantindo que o produto final fosse relevante e eficaz.

Design como Ferramenta de Justiça Social

O design tem um papel central na promoção da justiça social, especialmente quando usado para desafiar as normas culturais e visuais que perpetuam a opressão. Ao criar materiais inclusivos, como o livro colaborativo do projeto, os designers estão desafiando as narrativas dominantes e criando espaços onde as identidades marginalizadas podem ser celebradas. No campo da educação, o design inclusivo pode transformar a experiência de aprendizado das crianças, promovendo uma visão de mundo mais justa e equitativa.

O projeto “5º Ano e Seus Tons de Pele” exemplifica o poder do design como uma ferramenta pedagógica e social. Ao utilizar o design para promover a representatividade racial, o projeto não apenas contribuiu para a autoestima e identidade das crianças, mas também lançou luz sobre a importância de criar materiais educacionais que reflitam a diversidade da sociedade brasileira. A inclusão de várias tonalidades de pele no material visual utilizado no projeto mostrou às crianças que não há uma única cor de pele, mas sim uma rica variedade de tons que devem ser valorizados e respeitados.

Conclusão

Este artigo mostrou que, ao abordar a diversidade étnico-racial desde cedo no ambiente escolar, é possível promover uma cultura de inclusão e respeito que pode ser levada para a vida adulta. Projetos como o “5º Ano e Seus Tons de Pele” são essenciais para quebrar barreiras invisíveis de preconceito e contribuir para a construção de uma sociedade mais justa. A educação, como propõe Paulo Freire, é uma das ferramentas mais poderosas para transformar a realidade social e combater as desigualdades raciais.

A aplicação de metodologias criativas e interativas, como o Design Thinking, mostra que o design pode ser um importante aliado na educação para a diversidade. O impacto positivo observado entre os alunos e a comunidade escolar evidencia que iniciativas como essa têm o potencial de transformar não apenas a percepção das crianças sobre sua própria identidade, mas também a forma como a sociedade lida com as questões de raça e inclusão.

Referências Bibliográficas

FREIRE, Paulo. *Pedagogia do Oprimido*. São Paulo: Paz e Terra, 1974.

HOOKS, Bell. *Teaching to Transgress: Education as the Practice of Freedom*. Nova York: Routledge, 1994.

O DESIGN COMO FERRAMENTA DE TRANSFORMAÇÃO SOCIAL: ESTUDO DE CASO DO PROJETO “INGLÊS PARA TODOS”

DESIGN AS A TOOL FOR SOCIAL TRANSFORMATION: A CASE STUDY OF THE PROJECT ‘ENGLISH FOR ALL’

BARBOSA, Isabele Maria Geraldo (docente)¹, BARROSO, Arthur Menezes², CARVALHO, Ana Cláudia de², JUNIOR, Paulo Ribeiro dos Santos², PARREIRA, Simeone Philipe³, RORIZ, Matheus Henrique Barbosa², SANTOS, João Vitor Alves², SILVA, Lucas Eduardo Firmino², SILVA, Geovana Oliveira², SILVA, João Pedro Costa³.

1.Docente do CST em Design Gráfico do Centro Universitário Estácio de Goiás. 2.Discente do CST em Design Gráfico do Centro Universitário Estácio de Goiás. 3. Discente do CST em Design de Moda do Centro Universitário Estácio de Goiás. Avenida Goiás, Quadra 2.1, Lote Área, Loja 2, 2151 -Setor Central. CEP: 74063010.

Recebido em 01/08/2024. Aceito para publicação em 18/09/2024

RESUMO

Este artigo explora a aplicação do design social em projetos comunitários, com foco no estudo de caso “Inglês para Todos”, promovido por estudantes de Design Gráfico em parceria com a instituição CENEG-Goiás. A partir de metodologias como o Design Thinking, o artigo analisa como o Design pode ser utilizado para aumentar a visibilidade de projetos sociais e educacionais, promovendo inclusão e empoderamento para comunidades vulneráveis.

PALAVRAS-CHAVE: Design Social, Inovação Social, Inclusão, Empoderamento Comunitário, Educação

ABSTRACT

This article explores the application of social design in community projects, focusing on the case study of “English for All,” promoted by Graphic Design students in partnership with the CENEG-Goiás institution. Drawing from methodologies like Design Thinking, the article analyzes how Design can be used to enhance the visibility of social and educational projects, promoting inclusion and empowerment for vulnerable communities.

KEYWORDS: Social Design, Social Innovation, Inclusion, Community Empowerment, Education

INTRODUÇÃO

O design tem um papel cada vez mais relevante na sociedade contemporânea, não apenas como ferramenta estética, mas como catalisador de mudanças sociais. Em contextos de vulnerabilidade socioeconômica, o design pode contribuir significativamente para a criação de soluções inovadoras que ampliem o acesso a oportunidades educacionais e profissionais. Este artigo visa discutir a aplicação do design social em projetos comunitários, destacando o projeto “Inglês para Todos” como exemplo.

O Design Social e suas Implicações Teóricas

O conceito de design social emergiu a partir da necessidade de alinhar o trabalho do designer com os desafios sociais contemporâneos, como desigualdade, racismo e exclusão. Segundo Mike Monteiro, o design tem uma responsabilidade ética, devendo considerar o impacto de suas criações sobre as pessoas. Vivianne Castillo, por sua vez, defende que o design inclusivo deve dar voz a comunidades marginalizadas e atuar na desestruturação de sistemas opressores.

Autores como Victor Margolin argumentam que o design deve ser utilizado para atender às necessidades mais urgentes da sociedade, transformando produtos e serviços em agentes de mudança social. Nes-

se contexto, o projeto “Inglês para Todos” se encaixa como uma iniciativa que busca promover inclusão por meio do design, com o objetivo de empoderar indivíduos de comunidades afrodescendentes e em situação de vulnerabilidade.

Contexto do Projeto “Inglês para Todos”

O projeto foi realizado em parceria com a CENEG-Goiás, uma organização comprometida com a defesa dos direitos civis de comunidades marginalizadas. Durante a imersão, os alunos de design identificaram que a instituição enfrentava diversos desafios, como a falta de visibilidade nas redes sociais e a carência de recursos para manter suas atividades. A proposta do projeto foi desenvolver uma identidade visual para aumentar a visibilidade do curso de inglês oferecido gratuitamente, visando atrair novos alunos e doadores.

A instituição também busca proporcionar oportunidades educacionais e culturais para jovens em situação de vulnerabilidade, promovendo inclusão social por meio de atividades como aulas de dança, luta e música. No entanto, essas atividades eram pouco conhecidas fora da comunidade, devido à ausência de uma estratégia de comunicação eficaz.

Metodologia: Aplicação do Design Thinking

A escolha do Design Thinking como metodologia para o projeto “Inglês para Todos” é justificada pela natureza participativa e centrada no usuário desse processo. O Design Thinking é uma abordagem criativa para resolução de problemas que envolve a colaboração de diferentes atores e foca na compreensão das necessidades e desejos do público-alvo. O método é amplamente utilizado em projetos de inovação social, pois permite o desenvolvimento de soluções mais humanas e eficazes.

Etapas do Design Thinking no Projeto

O processo de Design Thinking é dividido em cinco fases principais: imersão, definição, ideação, prototipagem e testes. Cada uma dessas fases foi adaptada e apli-

cada ao contexto da CENEG-Goiás e do projeto “Inglês para Todos”.

- **Imersão:** A fase inicial do projeto envolveu uma imersão profunda na realidade da instituição e da comunidade atendida. Durante visitas à sede da CENEG-Goiás, os alunos de design puderam observar de perto os desafios enfrentados pela organização, como a falta de recursos, a carência de visibilidade nas redes sociais e a dificuldade em atrair voluntários e doadores. A imersão foi crucial para entender as necessidades da comunidade e da instituição. Entrevistas e diálogos com os líderes e membros da CENEG forneceram informações valiosas sobre as expectativas e o potencial impacto do projeto.

Nessa fase, os alunos identificaram que a CENEG-Goiás oferecia uma série de atividades educacionais e culturais, mas a divulgação dessas ações era limitada. Além disso, o curso de inglês gratuito, que poderia proporcionar novas oportunidades educacionais e profissionais para os jovens, não era amplamente conhecido. Essa descoberta orientou o foco do projeto para o desenvolvimento de uma estratégia de comunicação eficaz, com ênfase na divulgação do curso.

- **Definição:** Após a imersão, os alunos passaram para a fase de definição, onde organizaram e sintetizaram as informações coletadas. Eles definiram o problema central do projeto: a necessidade de melhorar a visibilidade do curso de inglês e, por consequência, atrair mais alunos e voluntários para a CENEG-Goiás. Essa fase é essencial no Design Thinking, pois estabelece um foco claro para o desenvolvimento das soluções. Os alunos perceberam que a falta de uma identidade visual coesa e estratégias de comunicação digital adequadas estava prejudicando a capacidade da organização de engajar o público e demonstrar a seriedade de suas ações.

- **Ideação:** Com base no problema definido, a equipe passou à fase de ideação, onde foram geradas várias soluções criativas para aumentar a visibilidade da instituição. Durante sessões de brainstorming, os alunos propuseram ideias como o desenvolvimento de uma nova identidade visual para o curso de inglês, a criação de

posts e reels para redes sociais e o redesign dos materiais gráficos da instituição. A fase de ideação encorajou a criatividade e a colaboração entre os participantes, permitindo que ideias inovadoras emergissem.

As ideias geradas também levaram em consideração as limitações da instituição, como a escassez de recursos financeiros e humanos. Por isso, os alunos optaram por soluções que pudessem ser implementadas de forma sustentável, utilizando ferramentas acessíveis como o Canva e o Capcut para a criação de artes gráficas e vídeos.

• **Prototipagem:** Após a ideação, as melhores ideias foram transformadas em protótipos. A equipe de design criou posts, panfletos, vídeos curtos e um manual de identidade visual para o curso “Inglês para Todos”. A prototipagem envolveu a criação de versões preliminares desses materiais, que foram testadas em pequena escala nas redes sociais da CENEG-Goiás. Essa etapa permitiu que os alunos identificassem o que funcionava melhor em termos de estética visual e engajamento do público.

A prototipagem também incluiu a criação de templates e materiais gráficos que poderiam ser facilmente replicados pela equipe da CENEG-Goiás no futuro, garantindo a sustentabilidade da solução proposta. Ao desenvolver um manual de identidade visual, a equipe de design forneceu à instituição diretrizes claras para manter uma comunicação visual consistente e profissional ao longo do tempo.

• **Testes:** Finalmente, a fase de testes envolveu a aplicação dos materiais criados nas plataformas digitais da instituição. A equipe monitorou o desempenho das postagens e vídeos nas redes sociais, avaliando métricas como o aumento no número de seguidores, o engajamento (curtidas, comentários e compartilhamentos) e o número de inscritos no curso de inglês. Esses dados forneceram insights valiosos sobre a eficácia das soluções propostas e permitiram ajustes pontuais nos materiais visuais e na estratégia de comunicação.

Desafios Metodológicos

Embora o Design Thinking tenha se

mostrado uma metodologia eficaz para a condução do projeto, a equipe enfrentou alguns desafios ao longo do processo. O principal desafio foi a falta de recursos técnicos e financeiros, o que limitou a capacidade de produção de materiais de alta qualidade. A escassez de voluntários também foi um obstáculo, especialmente na fase de produção de vídeos e conteúdos audiovisuais. No entanto, essas limitações incentivaram a equipe a buscar soluções criativas e acessíveis, como o uso de aplicativos gratuitos para a criação de conteúdos digitais.

Outro desafio foi o tempo restrito para a implementação do projeto. Como os alunos estavam envolvidos em outras atividades acadêmicas, o prazo para finalizar os materiais e realizar os testes nas redes sociais foi apertado. Isso limitou a capacidade de realizar testes mais amplos e de engajar um número maior de alunos e voluntários da comunidade.

Impactos Sociais do Projeto “Inglês para Todos”

Os impactos sociais do projeto “Inglês para Todos” foram significativos e multifacetados, afetando positivamente a instituição CENEG-Goiás, seus alunos e a comunidade em geral. A seguir, discutimos os principais impactos do projeto sob diferentes perspectivas.

Empoderamento Educacional e Oportunidades de Inclusão

O principal objetivo do projeto foi aumentar a visibilidade do curso de inglês oferecido gratuitamente pela CENEG-Goiás, promovendo inclusão educacional para jovens em situação de vulnerabilidade. O aprendizado de uma nova língua, como o inglês, abre portas para o mercado de trabalho, amplificando as oportunidades de desenvolvimento pessoal e profissional para esses jovens. A criação de uma identidade visual forte e o uso de redes sociais permitiram que a CENEG alcançasse um público mais amplo, resultando em um aumento nas inscrições para o curso.

A educação tem um papel crucial

na promoção da mobilidade social, especialmente em comunidades marginalizadas. A inclusão de um curso de inglês gratuito representa uma chance concreta de transformação na vida dos participantes, oferecendo-lhes ferramentas para romper ciclos de pobreza e exclusão social. A habilidade de falar inglês não apenas aumenta as perspectivas de emprego, mas também amplia o acesso à cultura global, proporcionando um maior senso de pertencimento ao mundo contemporâneo.

Fortalecimento da Comunidade e Engajamento Social

Outro impacto importante foi o fortalecimento da comunidade local. O projeto incentivou a participação ativa da comunidade nos programas da CENEG-Goiás, promovendo um senso de pertencimento e responsabilidade coletiva. O curso de inglês, aliado às atividades culturais e esportivas oferecidas pela instituição, tornou-se um ponto de encontro para jovens que, muitas vezes, carecem de espaços de socialização positivos e seguros.

A presença digital renovada da CENEG-Goiás também ajudou a engajar novos voluntários e parceiros, que anteriormente não conheciam o trabalho da instituição. Esse aumento na rede de colaboradores fortaleceu a capacidade da CENEG de oferecer suporte contínuo às comunidades que atende, ampliando seu impacto social. Além disso, o projeto mostrou o poder do design como ferramenta de conexão entre diferentes atores sociais, promovendo colaborações mais sólidas e eficazes.

Combate ao Racismo e Valorização da Cultura Afrodescendente

A CENEG-Goiás, como uma instituição comprometida com a defesa dos direitos civis das comunidades afrodescendentes e de baixa renda, sempre esteve à frente na luta contra o racismo e a marginalização. O projeto “Inglês para Todos” contribuiu diretamente para essa luta ao promover a inclusão educacional e fortalecer a autoestima de jovens afrodescendentes.

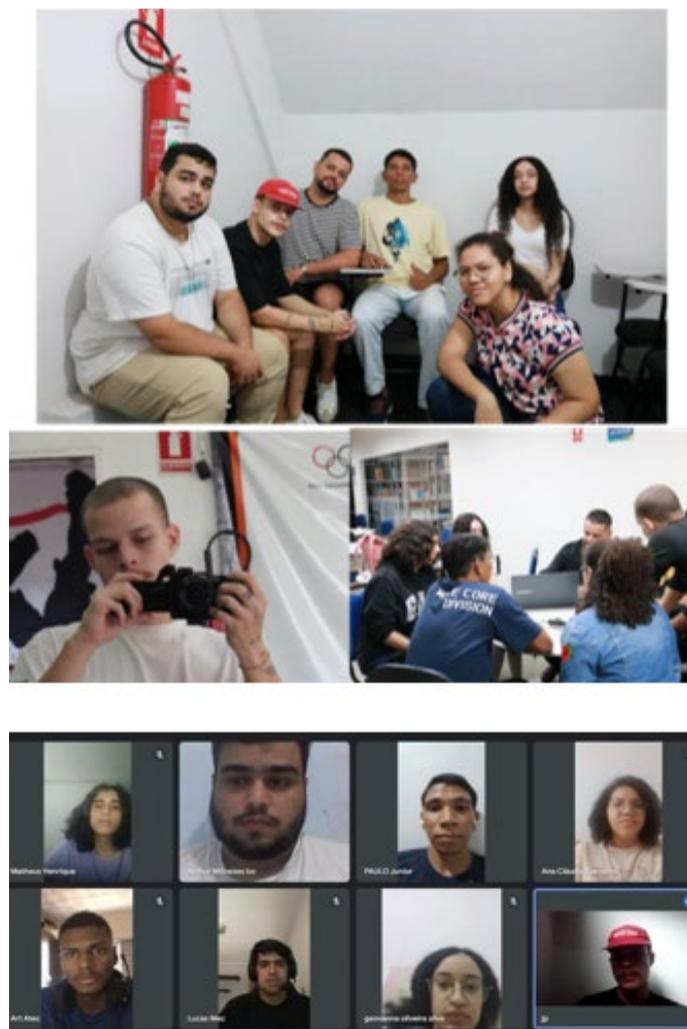
O curso de inglês foi apresentado como

uma oportunidade de empoderamento, permitindo que os participantes adquirissem uma habilidade valiosa para o mercado de trabalho, muitas vezes inacessível para jovens em contextos de vulnerabilidade. Além disso, o projeto trabalhou com uma identidade visual que refletia a diversidade cultural da comunidade, promovendo a valorização da cultura afro-brasileira.

Sustentabilidade e Autonomia da Instituição

A criação de uma identidade visual coesa e de materiais digitais de fácil replicação contribuiu para a sustentabilidade do projeto a longo prazo. A equipe da CENEG-Goiás foi capacitada para continuar utilizando os templates e diretrizes fornecidos pelos alunos de Design, garantindo que a presença digital da instituição permaneça forte e coerente no futuro.

Figura 1: Reuniões da equipe de Design



Fonte: Dos autores (2024)
Figura 2: Imagens capturadas durante as visitas à CENEG-Goiás



Fonte: Dos autores (2024)

Figura 3: Manual de uso da Marca “Inglês para Todos”



Fonte: Dos autores (2024)

Figura 4: Layouts criados para divulgação do “Inglês para Todos”



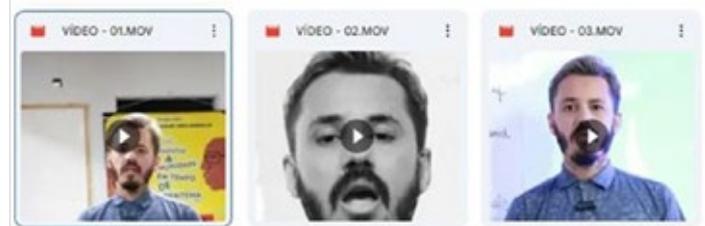
Fonte: Dos autores (2024)

Figura 5: Frame de documentário criado para divulgação da



Fonte: Dos autores (2024)

Figura 6: Frame de vídeos criados para divulgação do curso de inglês



Fonte: Dos autores (2024)

Design, Cultura e Inclusão

O design tem o potencial de promover a inclusão social, especialmente quando aplicado em contextos de desigualdade e exclusão. No caso do projeto “Inglês para Todos”, a linguagem visual criada pelos alunos de design não apenas atraiu mais atenção para o curso, mas também ajudou a comunicar a seriedade e o compromisso da instituição com o empoderamento das comunidades atendidas.

Além disso, o design foi utilizado para refletir a diversidade cultural presente na comunidade atendida pela CENEG-Goias. A inclusão de elementos visuais que representavam a identidade afrodescendente e a pluralidade cultural da instituição contribuiu para um senso de pertencimento e valorização das tradições locais.

Desafios e Limitações

Apesar dos resultados positivos, o projeto enfrentou alguns desafios, como a escassez de recursos financeiros e a falta de tempo dos alunos para se dedicarem integralmente à execução das atividades propostas. Outro obstáculo foi a dificuldade de envolver voluntários com habilida-

des técnicas específicas, como fotografia e edição de vídeo, o que limitou a qualidade de alguns materiais produzidos.

Conclusão

O projeto “Inglês para Todos” é um exemplo de como o Design pode ser utilizado como ferramenta de transformação social. Ao aplicar princípios de Design Social e Design Thinking, os alunos conseguiram não apenas aumentar a visibilidade da instituição, mas também proporcionar oportunidades reais de inclusão e empoderamento para comunidades vulneráveis. O sucesso do projeto demonstra que, com uma abordagem ética e inclusiva, o design pode ser um agente catalisador de mudanças sociais significativas.

Referências Bibliográficas

Monteiro, M. (2013). Design é Trabalho Sujo. Ed. Bookman.

Castillo, V. (2020). Design Inclusivo: Uma Abordagem Holística para a Diversidade no Design. Medium.

Margolin, V. (2002). The Politics of the Artificial: Essays on Design and Design Studies. University of Chicago Press.

Ledur, N. S., & Mello, C. I. (2019). Design Centrado no Ser Humano para a Inovação Social. Universidade Federal de Santa Catarina.

O PODER DO DESIGN SOCIAL NA PROMOÇÃO DA INCLUSÃO CULTURAL: O IMPACTO DO PROJETO ÁGUAS DE MENINO NA LUTA ANTIRRACISTA

THE POWER OF SOCIAL DESIGN IN PROMOTING CULTURAL INCLUSION: THE IMPACT OF THE 'ÁGUAS DE MENINO' PROJECT IN THE ANTIRACIST STRUGGLE

ARRAIS, Maria Victoria de Medeiros¹, BARBOSA, Isabele Maria Geraldo (docente)², GUIMARÃES, Nathalia Rabelo Fenandes¹, LIMA, Guilhermy Ferreira¹, MATEUS, Eduardo Saraiva¹, MELO, Loiane Silva de Matos¹, PERES, Pedro Vitor Farias¹, SERAFIM, Anderson Gabriel Lacerda Ribeiro¹, SOUSA, Emanuely Gervásio de¹.

1.Discente do CST em Design Gráfico do Centro Universitário Estácio de Goiás. 2.Docente do CST em Design Gráfico do Centro Universitário Estácio de Goiás. Avenida Goiás, Quadra 2.1, Lote Área, Loja 2, 2151 -Setor Central. CEP: 74063010.

Recebido em 01/08/2024. Aceito para publicação em 18/09/2024

RESUMO

O artigo examina o uso do design social como uma ferramenta estratégica no combate ao racismo e na promoção da cultura afro-brasileira, centrando-se no projeto "Águas de Menino" realizado em Goiânia. Em parceria com o Núcleo Coletivo 22, o projeto visa ampliar a visibilidade das manifestações culturais afrodescendentes, com ênfase na capoeira angolana, por meio da criação de peças gráficas e portfólios institucionais. Utilizando a metodologia do Design Thinking, o projeto promoveu a valorização cultural e combateu estereótipos raciais, destacando o papel do design na transformação social e inclusão cultural. Os impactos socioculturais e as teorias que fundamentam o design social são abordados neste estudo.

PALAVRAS-CHAVE: Valorização Afro-Brasileira, Combate ao Racismo, Inclusão Social, Design Social, Capoeira Angolana

ABSTRACT

This article examines the use of social design as a strategic tool in combating racism and promoting Afro-Brazilian culture, focusing on the "Águas de Menino" project carried out in Goiânia. In partnership with the Coletivo 22 Center, the project aims to increase the visibility of Afro-descendant cultural expressions,

with an emphasis on Capoeira Angola, through the creation of graphic pieces and institutional portfolios. Using the Design Thinking methodology, the project fostered cultural appreciation and challenged racial stereotypes, highlighting the role of design in social transformation and cultural inclusion. The study delves into the socio-cultural impacts and the theories that underpin social design.

KEYWORDS: Afro-Brazilian Valorization, Antiracism, Social Inclusion, Social Design, Capoeira Angola

INTRODUÇÃO

O design social tem ganhado espaço como uma abordagem que visa utilizar as ferramentas do design para enfrentar problemas sociais, promovendo mudanças positivas em comunidades marginalizadas. No Brasil, um país marcado por profundas desigualdades raciais, o design social se apresenta como uma resposta criativa e prática para enfrentar o racismo e promover a inclusão cultural. Este artigo discute o projeto "Águas de Menino", uma iniciativa colaborativa entre estudantes e a cooperativa Núcleo Coletivo 22, que visa promover a cultura afro-brasileira e combater o racismo por meio da arte e do design.

O projeto é centrado na criação de materiais gráficos que divulgam eventos culturais, como apresentações de capoeira

angolana e lançamentos de livros, visando aumentar a visibilidade da cooperativa Águas de Menino. Além disso, o projeto busca sensibilizar o público sobre a importância da cultura afro-brasileira, enfrentando preconceitos e estereótipos ainda enraizados na sociedade.

Teorias do Design Social: Uma Ferramenta para Transformação

O Conceito de Design Social

O design social pode ser definido como uma prática de design que visa criar soluções para problemas sociais, econômicos e ambientais, envolvendo ativamente as comunidades impactadas. É uma abordagem que vai além das dimensões estéticas ou funcionais tradicionais do design, centrando-se nas necessidades das pessoas e nas dinâmicas sociais que afetam suas vidas. Mike Monteiro, em seu livro *Ruined by Design* (2019), defende que o design carrega uma responsabilidade ética, e que os designers têm o poder de influenciar o comportamento social através de suas criações.

Para Victor Margolin, um dos principais teóricos do design social, o design deve servir ao bem comum e atender às necessidades mais prementes da sociedade. Segundo Margolin (2002), o design social está preocupado com a criação de artefatos e sistemas que melhorem a qualidade de vida das pessoas, especialmente aquelas que vivem em condições de vulnerabilidade social. Nessa perspectiva, o design não é apenas um processo criativo, mas também uma ferramenta de justiça social, que visa reduzir desigualdades e ampliar o acesso a direitos e oportunidades.

No caso do projeto “Águas de Menino”, o design social foi aplicado com o objetivo de promover a inclusão cultural e combater o racismo. A criação de peças gráficas, como flyers, portfólios e posts para redes sociais, visava não só aumentar a visibilidade da cooperativa, mas também educar o público sobre a riqueza da cultura afro-brasileira, especialmente no contexto da capoeira angolana.

Design Thinking como Metodologia de Design Social

O Design Thinking, popularizado por Tim Brown, é uma abordagem centrada no ser humano, que busca entender as necessidades e desafios enfrentados pelas pessoas para criar soluções inovadoras. O Design Thinking segue um processo iterativo que inclui as fases de empatia, definição, ideação, prototipagem e teste, promovendo um envolvimento direto dos usuários e das comunidades no desenvolvimento das soluções.

A aplicação do Design Thinking no projeto “Águas de Menino” foi fundamental para garantir que as peças gráficas desenvolvidas respondessem de forma eficaz às necessidades da cooperativa e ao contexto cultural em que ela está inserida. A fase de empatia foi essencial para compreender os desafios enfrentados pelo Núcleo Coletivo 22, como a falta de visibilidade e o preconceito racial que afeta a aceitação pública de suas atividades culturais.

Metodologia: O Processo do Design Thinking no Projeto Águas de Menino

Empatia: Entendimento do Contexto Social

A primeira etapa do Design Thinking, a empatia, foi essencial para o sucesso do projeto “Águas de Menino”. Os estudantes realizaram visitas à cooperativa e entrevistas com seus membros, obtendo uma compreensão mais profunda sobre as atividades desenvolvidas, como as aulas de capoeira e as apresentações culturais. Essa fase revelou que a cooperativa enfrentava dificuldades em promover seus eventos devido à falta de materiais promocionais adequados, o que resultava em baixa participação da comunidade local. Além disso, o preconceito em relação à cultura afro-brasileira, incluindo a capoeira, contribuiu para a marginalização do grupo.

Os membros da cooperativa compartilharam suas experiências sobre o impacto do racismo em suas vidas cotidianas e sobre a importância de manter vivas as tradições culturais afro-brasileiras. Esse diálogo ajudou a moldar o projeto, garantindo que os materiais gráficos fossem sensíveis às necessidades culturais e sociais da cooperativa.

Definição: Identificação do Problema

Com base na fase de empatia, o problema principal foi definido como a falta de visibilidade e divulgação das atividades culturais promovidas pela cooperativa Águas de Menino. A ausência de materiais gráficos que comunicassem de forma clara e atraente o valor das práticas culturais afro-brasileiras foi identificada como um dos principais fatores que limitavam o alcance das atividades da cooperativa.

Além disso, o projeto identificou a necessidade de criar peças gráficas que ajudassem a combater o preconceito racial, educando o público sobre a importância e a legitimidade da capoeira angolana e outras manifestações culturais afro-brasileiras.

Ideação: Geração de Soluções Criativas

Na fase de ideação, os estudantes trabalharam em grupo para gerar soluções criativas que pudessem atender às necessidades da cooperativa. Entre as propostas desenvolvidas estavam a criação de um folder promocional com QR code para facilitar o acesso ao e-book Poéticas e Saberes da Capoeira Angola, de Jordana Dolores Peixoto, e a criação de posts para redes sociais, destacando o evento de lançamento do livro De Volta para Casa: Uma Viagem a Angola, de Francisco Aires (Tatá Ngunzatala). Também foi sugerida a criação de um portfólio digital que apresentasse as atividades e eventos realizados pela cooperativa, ajudando a atrair novos patrocinadores e parceiros.

Além disso, uma solução adicional foi a criação de um mini livreto sobre o relato de parto de uma das integrantes da cooperativa, Elisa Abrão, que seria usado como parte de sua performance teatral. A ideia era que esse material gráfico acrescentasse um elemento estético e emocional à apresentação, valorizando ainda mais a experiência cultural e pessoal compartilhada no evento.

Prototipagem e Testes: Desenvolvimento das Peças Gráficas

Na fase de prototipagem, os estudantes criaram modelos dos materiais gráficos propostos, como folder, posts de redes

sociais e o portfólio. Esses materiais foram apresentados à equipe da cooperativa para avaliação e feedback, o que permitiu que ajustes fossem feitos antes da implementação final. A criação de materiais visuais coesos, que combinavam elementos da cultura afro-brasileira, como cores vibrantes e tipografia que remetia à tradição, foi um dos principais focos da prototipagem.

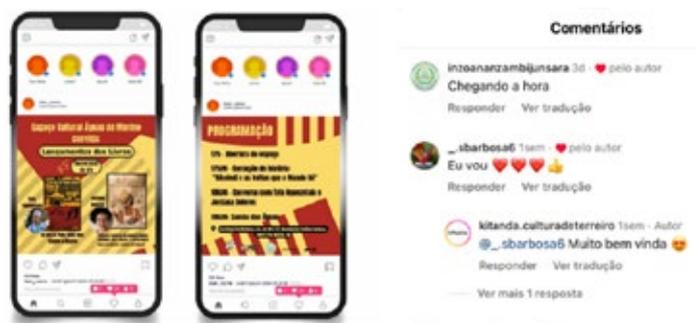
Durante o evento de lançamento dos livros, os materiais foram distribuídos e amplamente utilizados para divulgar as atividades da cooperativa. Os testes com o público confirmaram a eficácia das peças gráficas em atrair atenção e aumentar o engajamento com as atividades culturais promovidas pelo Núcleo Coletivo 22.

Figura 1: Folder



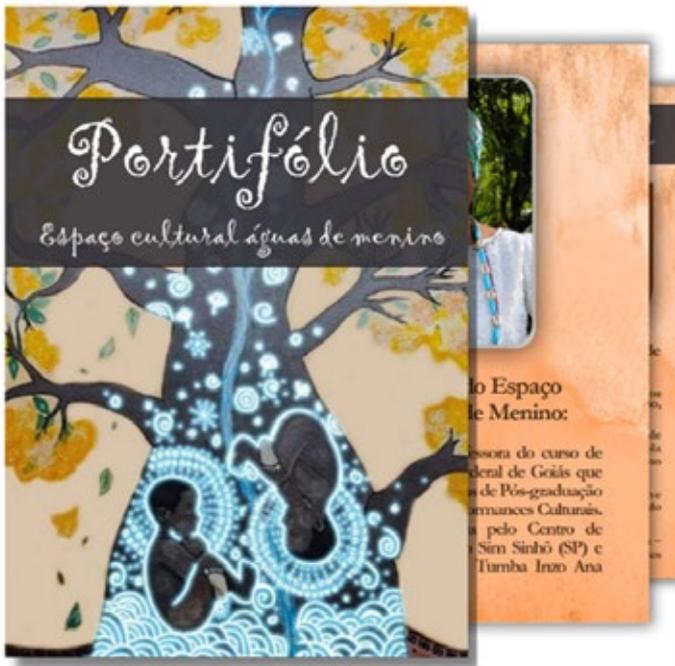
Fonte: Dos autores (2024)

Figura 2: Layouts para Instagram



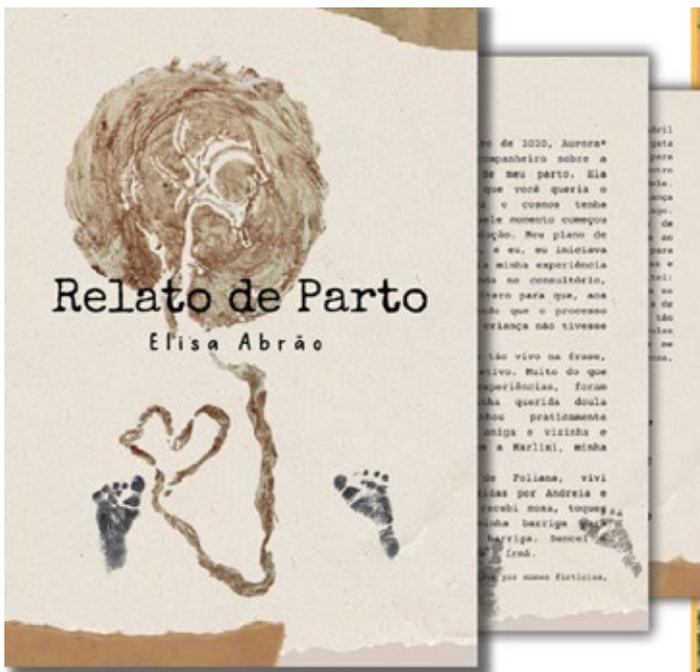
Fonte: Dos autores (2024)

Figura 3: Criação e diagramação para portfólio digital



Fonte: Dos autores (2024)

Figura 3: Criação e diagramação do livreto Relato de Parto



Fonte: Dos autores (2024)

Impactos Socioculturais do Projeto

Visibilidade e Valorização da Cultura Afro-Brasileira

O principal impacto sociocultural do projeto “Águas de Menino” foi o aumento da visibilidade das atividades culturais promovidas pela cooperativa. A criação de materiais gráficos profissionais ajudou a comunicar o valor das

práticas culturais afro-brasileiras de forma mais clara e atrativa, o que resultou em um aumento significativo na participação da comunidade nos eventos promovidos pelo Núcleo Coletivo 22. O flyer criado para divulgar o e-book de Jordana Peixoto, por exemplo, permitiu que o público acessasse facilmente o conteúdo digital, ampliando o alcance do evento.

Ao promover a capoeira angolana e outras práticas culturais, o projeto ajudou a desmistificar preconceitos relacionados à cultura afro-brasileira, valorizando sua contribuição para a identidade e história do Brasil. A capoeira, muitas vezes estigmatizada, foi apresentada como uma forma de resistência e empoderamento, o que contribuiu para educar o público sobre sua importância histórica e cultural.

Combate ao Racismo e Inclusão Social

Outro impacto fundamental do projeto foi o combate ao racismo e à discriminação. Ao utilizar o design para promover a cultura afro-brasileira, o projeto ajudou a enfrentar os estereótipos negativos frequentemente associados às manifestações culturais negras. Como argumenta Rose (1994), a arte e a cultura são formas poderosas de resistência e contestação. Nesse sentido, o projeto “Águas de Menino” ofereceu uma plataforma para a cultura afrodescendente se afirmar e ser celebrada, rompendo com narrativas que marginalizam essas práticas.

A iniciativa também promoveu a inclusão social, não apenas por meio da maior participação da comunidade nos eventos, mas também por meio do fortalecimento das conexões entre a cooperativa e potenciais parceiros e patrocinadores, que foram atraídos pelo novo portfólio digital. Dessa forma, o projeto ajudou a garantir a sustentabilidade das atividades da cooperativa, contribuindo para a continuidade de sua missão de promoção da cultura afro-brasileira.

Desafios e Limitações

Embora o projeto tenha sido bem-sucedido, algumas limitações foram enfrentadas, principalmente em relação aos

recursos financeiros. A produção de materiais gráficos de alta qualidade requer investimentos que, muitas vezes, não estavam disponíveis para a cooperativa.

Além disso, houve desafios no processo de sensibilização da comunidade local, que, em alguns casos, ainda demonstrava resistência em relação às práticas culturais afro-brasileiras.

Outro desafio foi o prazo limitado para a conclusão do projeto, o que impôs restrições ao desenvolvimento de soluções mais abrangentes. No entanto, essas dificuldades foram superadas por meio da criatividade e da dedicação da equipe, que conseguiu entregar materiais eficazes dentro do prazo e com os recursos disponíveis.

Conclusão

O projeto “Águas de Menino” destacou a importância do design social como uma ferramenta de transformação social e cultural. Através da aplicação do Design Thinking e da criação de peças gráficas que promoveram a visibilidade e valorização da cultura afro-brasileira, o projeto ajudou a combater o racismo e a marginalização cultural, oferecendo uma plataforma para que a capoeira angolana e outras práticas afrodescendentes fossem celebradas e respeitadas.

Os impactos socioculturais do projeto foram significativos, tanto em termos de inclusão social quanto de valorização cultural. Ao utilizar o design para promover a cultura e combater preconceitos, o projeto serviu como um exemplo de como o design social pode ser uma ferramenta poderosa para a construção de uma sociedade mais justa e inclusiva.

Referências Bibliográficas

Brown, T. (2010). *Design Thinking: Uma Metodologia Poderosa para Deletar o Fim das Velhas Ideias*. Rio de Janeiro: Elsevier.

Margolin, V. (2002). *The Politics of the Artificial: Essays on Design and Design Studies*. University of Chicago Press.

Monteiro, M. (2019). *Ruined by Design: How Designers Destroyed the World, and What We Can Do to Fix It*. Mule Design.

Peixoto, J. D. (2023). *Poéticas e Saberes da Capoeira Angola: Caminhos para Pensar a Performance Negra de Atrizes e Atores Narradores*. Goiânia: CEGRAF.

Rose, T. (1994). *Black Noise: Rap Music and Black Culture in Contemporary America*. Wesleyan University Press.

VALORIZAÇÃO E DEFESA DOS POVOS INDÍGENAS: UM PROJETO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

VALORIZATION AND SUPPORT FOR INDIGENOUS PEOPLES: A UNIVERSITY EXTENSION PROJECT

BARBOSA, Isabele Maria Geraldo (docente)¹, BARROS, Cauã Luís Oliveira², BRITO, Lucas Trindade², CARDOSO, José Marlon de Souza², LIMA, Vitor Miguel Mendes², MOREIRA, Isabel Franco², SILVA, Victor Carlos Nunes², SILVA, Alanis Fernandes², SOUTO, Pablo Gabriel Romano².

1.Docente do CST em Design Gráfico do Centro Universitário Estácio de Goiás. 2.Discente do CST em Design Gráfico do Centro Universitário Estácio de Goiás. Avenida Goiás, Quadra 2.1, Lote Área, Loja 2, 2151 -Setor Central. CEP: 74063010.

Recebido em 01/08/2024. Aceito para publicação em 18/09/2024

RESUMO

Este artigo analisa o projeto “Resgatando as Raízes”, uma iniciativa desenvolvida por estudantes universitários com o objetivo de promover a valorização e preservação da cultura indígena entre crianças e jovens em instituições educacionais. Através de metodologias participativas e uso de materiais audiovisuais, o projeto busca sensibilizar o público-alvo e fomentar o respeito às tradições dos povos originários do Brasil. O estudo baseia-se em teorias de Paulo Freire e Orlando Fals Borda, destacando o papel da educação dialógica e da pesquisa-ação na construção de um processo educativo inclusivo e transformador.

PALAVRAS-CHAVE: Povos indígenas, educação, valorização cultural, projeto de extensão, conscientização

ABSTRACT

This article analyzes the project “Resgatando as Raízes” (Rescuing the Roots), an initiative developed by university students with the aim of promoting the valorization and preservation of indigenous culture among children and youth in educational institutions. Through participatory methodologies and the use of audiovisual materials, the project seeks to sensitize the target audience and foster respect for the traditions of Brazil's indigenous peoples. The study is based on theories by Paulo Freire and Orlando Fals Borda, highlighting the role of dialogic

education and action research in building an inclusive and transformative educational process.

KEYWORDS: Indigenous peoples, education, cultural valorization, extension project, awareness

INTRODUÇÃO

A história da educação indígena no Brasil é marcada por uma complexa relação com o Estado e com a sociedade dominante. Tradicionalmente, a educação dos povos indígenas era conduzida em suas próprias comunidades, com métodos de ensino-aprendizagem baseados em tradições orais, práticas coletivas e no profundo respeito pela natureza e espiritualidade. No entanto, a chegada dos colonizadores e a imposição de sistemas educacionais ocidentais desconsideraram essas práticas, buscando a assimilação dos indígenas à cultura dominante.

Nas últimas décadas, o movimento indígena brasileiro tem lutado para que suas culturas sejam respeitadas e valorizadas no âmbito educacional, resultando em políticas públicas voltadas para a educação diferenciada e bilíngue nas comunidades indígenas. Além disso, a inclusão de conteúdos sobre a diversidade cultural nas escolas não-indígenas, como proposta pelo projeto “Resgatando as Raízes”, é uma forma de combater estereótipos e promover uma educação mais inclusiva.

Fundamentação Teórica: Educação Indígena e o Legado de Paulo Freire

A educação indígena no Brasil carrega consigo uma riqueza de conhecimentos tradicionais que, por séculos, foi desvalorizada pelo sistema educacional oficial. Nesse contexto, as teorias de Paulo Freire se tornam uma base importante para a compreensão de como essa educação pode ser conduzida de maneira transformadora. Em sua obra “Pedagogia do Oprimido”, Freire propõe uma educação libertadora, que se afasta da “educação bancária” – onde o professor deposita o conhecimento nos alunos – e adota uma pedagogia dialógica, em que o conhecimento é construído em conjunto, respeitando as experiências dos aprendizes.

Essa abordagem se alinha com a prática da educação indígena, que é comunitária, participativa e baseada na troca de saberes entre gerações. A pedagogia freiriana, ao valorizar a cultura e o contexto dos alunos, se torna uma ferramenta poderosa para projetos que buscam incluir o respeito às culturas indígenas no currículo escolar. Em “Resgatando as Raízes”, a escolha de sensibilizar crianças e jovens por meio de materiais educativos visuais, como vídeos e quadrinhos, ressoa com a ideia freiriana de que a educação deve ser envolvente e conectada à realidade dos educandos.

Outro teórico que contribui significativamente para a metodologia do projeto é Orlando Fals Borda, com sua Pesquisa-Ação Participativa (PAR). Borda propõe uma prática de pesquisa que envolve ativamente as comunidades no processo de resolução de problemas, permitindo que elas contribuam para o conhecimento produzido. No caso do projeto, a interação com a FUNAI e a participação de membros das comunidades indígenas refletem essa abordagem colaborativa, garantindo que as vozes indígenas sejam ouvidas e valorizadas no processo educacional.

Educação Infantil e a Formação de Cidadãos Conscientes

A inclusão de conteúdos sobre a cultura indígena no ensino infantil é de fundamental importância para a formação de cidadãos conscientes e respeitosos. Durante a primeira infância, as crianças estão em um estágio de desenvolvimento em que valores e atitudes sociais são moldados. Portanto, um projeto como “Resgatando as Raízes” – realizado na Escola Vespasiano da Costa Ferreira, Rua Zeca Louza S/N, Leopoldo de Bulhões, GO – promove o contato com a diversidade cultural desde cedo e tem o potencial de construir uma geração mais aberta à alteridade, empática e livre de preconceitos.

Pesquisas em educação infantil apontam que crianças que são expostas a diferentes culturas de maneira positiva e significativa desenvolvem maior capacidade de empatia e respeito pelo outro. Ao apresentar a cultura indígena através de atividades como vídeos educativos e dinâmicas de grupo, o projeto não apenas desperta o interesse das crianças, mas também contribui para a formação de uma identidade plural, em que a diversidade é vista como um valor a ser celebrado.

A utilização de metodologias visuais e audiovisuais desempenha um papel central no envolvimento das crianças. Estudos de psicologia educacional sugerem que materiais visuais, como vídeos, quadrinhos e ilustrações, são particularmente eficazes no ensino de crianças em idade pré-escolar e nos primeiros anos do ensino fundamental, pois captam a atenção e facilitam a compreensão de conceitos abstratos.

Impacto de Projetos Culturais nas Escolas de Educação Infantil

Os impactos de projetos que promovem a valorização da cultura indígena nas escolas vão além da transmissão de conhecimento factual sobre esses povos. Eles ajudam a combater estereótipos e preconceitos que historicamente marginalizaram as populações indígenas. Muitas vezes, os materiais didáticos disponíveis nas escolas representam os indígenas de forma estigmatizada, como figuras do passado, desconectadas da realidade contemporânea. Ao apresentar os povos indígenas como culturas vivas e dinâmicas, “Resgatando as Raí-

zes” contribui para uma mudança de mentalidade entre os alunos e professores.

Estudos sobre a implementação de projetos de inclusão cultural em escolas públicas brasileiras demonstram que essas iniciativas promovem não apenas o desenvolvimento de habilidades cognitivas, mas também socioemocionais, como a capacidade de cooperação, respeito às diferenças e resolução de conflitos. Quando os alunos são expostos a projetos que valorizam a diversidade, eles aprendem a ver o mundo com uma perspectiva mais ampla e inclusiva, o que pode refletir em comportamentos mais éticos e solidários no futuro.

Em termos práticos, o impacto positivo do projeto “Resgatando as Raízes” pode ser observado em diversas áreas:

- **Conscientização e Educação sobre Diversidade:** As crianças são introduzidas à riqueza cultural dos povos indígenas, aprendendo a valorizar tradições e costumes que fazem parte do tecido cultural do Brasil.

- **Respeito pela Alteridade:** O contato com culturas diversas desde cedo contribui para a formação de um olhar respeitoso e empático em relação ao “outro”.

- **Combate a Estereótipos:** O projeto oferece uma representação mais autêntica e contemporânea dos povos indígenas, desafiando a visão estereotipada frequentemente presente em materiais escolares.

- **Desenvolvimento de Habilidades Sociais:** As atividades interativas, como as dinâmicas de grupo e as pinturas, promovem habilidades sociais fundamentais, como trabalho em equipe, comunicação e resolução de problemas.

Desafios na Implementação da Educação Indígena nas Escolas

Apesar dos avanços significativos no campo da educação indígena, desafios persistem. A falta de materiais educativos adequados é uma questão crítica, pois os materiais disponíveis muitas vezes não refletem a voz ou a visão dos próprios povos indígenas. O envolvimento direto das comunidades na criação de conteúdos, como vídeos e quadrinhos, é essencial para garantir que a representação seja autêntica e significativa.

Além disso, muitos educadores não

possuem formação adequada para tratar da diversidade cultural em sala de aula. Nesse sentido, projetos como “Resgatando as Raízes” desempenham um papel crucial ao não apenas oferecer materiais para os alunos, mas também capacitar os professores a abordar o tema de forma respeitosa e informada.

Figura 1: Reuniões de equipe para elaboração do plano de implementação do projeto na Escola Vespasiano da Costa Ferreira



Fonte: Dos autores (2024)

Figura 2: Visita da equipe à Escola Vespasiano da Costa Ferreira



Fonte: Dos autores (2024)

Figura 3: Análise de referências em histórias em quadrinhos



Fonte: Estúdios Maurício de Souza e acervo próprio a partir de bancos de imagem (2024)

Figura 4: Análise de referências em histórias em quadrinhos



Fonte: Acervo próprio a partir de bancos de imagem (2024)

Figura 5: Rascunhos de personagens para criação de vídeo educativo



Fonte: Dos autores (2024)

Figura 6: Apresentação do projeto na Escola Vespasiano da Costa Ferreira



Fonte: Dos autores (2024)

Considerações Finais

Através da utilização de metodologias participativas e de uma abordagem dialógica, o projeto “Resgatando as Raízes” mostra que é possível construir pontes entre o saber acadêmico e as culturas tradicionais dos povos indígenas. O impacto positivo desse tipo de iniciativa nas escolas de educação infantil é evidente, promovendo uma formação mais inclusiva e cidadã para as novas gerações

Figura 7: Frame de vídeo animado criado pela equipe



Fonte: Dos autores (2024).

O desafio agora é ampliar o alcance de projetos como esse, fortalecendo a inclusão da temática indígena nos currículos escolares de forma permanente e assegurando que as vozes dos povos originários continuem sendo ouvidas e respeitadas na educação brasileira.

Referências Bibliográficas

Borda, O. F. (1987). The Application of the Participatory Action Research Model. In: Montero, M. & Borda, O. F. (Orgs.). Participatory Action Research and People's Participation: A View from Latin America. International Labour Office.

Brasil Escola. (s.d.). O indígena no Brasil. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/brasil/o-indigena-no-brasil.htm>

FUNAI. (2024). Promoção dos Direitos dos Povos Indígenas no Brasil. Disponível em: <https://www.gov.br/funai>

Freire, P. (2000). Pedagogia da Autonomia. Rio de Janeiro: Paz e Terra. Freire, P. (2005).

Pedagogia do Oprimido. 41ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Lopes da Silva, C. A. (2014). Cultura e Educação Indígena no Brasil: uma abordagem histórica. *Educação e Pesquisa*, 40(4), 1065-1080. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ep/a/TmTfXczJD94JQkQTRTpqvTr/?lang=pt>

Silva, T. T. (2000). A Produção Social da Identidade e da Diferença. In: Silva, T. T. (Org.). *Identidade e Diferença: A Perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis: Vozes.

EXPRESSÃO DE IDENTIDADE: TRANSFORMANDO ESTILOS PARA EMPODERAR A JUVENTUDE

IDENTITY EXPRESSION: TRANSFORMING STYLES TO EMPOWER YOUTH

ARAÚJO, Edinaldo Alves de¹, OLIVEIRA, Isabella Cristina Firmino², SILVA, Maria Elizângela², MARTINS, Marianne Alves²; LEITE, Ana Lucia Alves².

1. Docente do CST em Design de Moda do Centro Universitário Estácio de Goiás. 2. Discente do CST em Design de Moda do Centro Universitário Estácio de Goiás. Avenida Goiás, Quadra 2.1, Lote Área, Loja 2, 2151 -Setor Central. CEP: 74063010.

Recebido em 03/08/2024. Aceito para publicação em 19/09/2024

RESUMO

Este artigo apresenta o relato de experiência do projeto “Centro da Juventude Tecendo o Futuro”, que visa abordar a vulnerabilidade social dos jovens por meio da formação acadêmica de futuros esteticistas e cosmetologistas. A proposta é oferecer oficinas de visagismo e estilismo, com foco na promoção da autoestima, bem-estar emocional e confiança dos participantes. A metodologia empregada inclui visitas in loco para a compreensão dos desafios enfrentados pelos jovens e a aplicação de técnicas de cuidados pessoais como forma de transformação social. O impacto positivo das atividades é analisado com base em teorias de visagismo e estilismo de autores brasileiros.

PALAVRAS-CHAVE: Visagismo, Estilismo, Vulnerabilidade Social, Autoestima, Juventude.

ABSTRACT

This article presents the experience report of the “Youth Center Weaving the Future” project, which aims to address the social vulnerability of young people through the academic training of future beauticians and cosmetologists. The proposal is to offer visagism and styling workshops, with a focus on promoting participants’ self-esteem, emotional well-being and confidence. The methodology used includes on-site visits to understand the challenges faced by young people and the application of per-

sonal care techniques as a form of social transformation. The positive impact of the activities is analyzed based on theories of visagism and styling by Brazilian authors.

KEYWORDS: Visagismo, Stylism, Social Vulnerability, Self-esteem, Youth

Introdução

A vulnerabilidade social é um fenômeno multifacetado que afeta diretamente o bem-estar físico, emocional e psicológico de indivíduos e comunidades. No Brasil, essa realidade é especialmente evidente em áreas de baixa renda, onde os jovens são frequentemente expostos a condições adversas que comprometem seu desenvolvimento pessoal e social (Carvalho, 2017).

Essas situações podem incluir a falta de acesso à educação de qualidade, escassez de oportunidades de trabalho, violência, abuso e exclusão social, fatores que, em conjunto, limitam as possibilidades de crescimento e autonomia dos indivíduos (Silva & Ribeiro, 2020).

Diante dessa realidade, torna-se imprescindível a criação de políticas públicas e projetos sociais que atuem diretamente sobre esses fatores, oferecendo apoio e ferramentas que possibilitem a superação dessas barreiras. É nesse contexto que surge o projeto “Centro da Juventude Tecendo o Futuro”, uma iniciativa que busca promover a autoestima e o empoderamento dos jovens por meio do visagismo e estilismo, compreendendo a importância dessas

práticas para a construção da identidade e da confiança (Siqueira & Almeida, 2019).

O visagismo, conforme definido por Hallawell (2009), é a arte de criar uma imagem personalizada que valoriza as características físicas e emocionais de uma pessoa, contribuindo para seu bem-estar. Mais do que uma técnica estética, o visagismo pode ser considerado uma forma de expressão pessoal que se conecta diretamente com a construção de uma autoimagem positiva.

Quando aplicado em jovens em situação de vulnerabilidade, o visagismo pode se tornar uma ferramenta poderosa para resgatar a autoestima e promover o desenvolvimento pessoal, estimulando o protagonismo juvenil e a capacidade de lidar com os desafios cotidianos (Pereira, 2018). Além disso, o estilismo, enquanto prática de criação e combinação de elementos visuais que refletem a personalidade e o gosto individual, também desempenha um papel fundamental na formação da identidade (Fernandes & Souza, 2020). Através da moda, os jovens têm a oportunidade de expressar suas vivências e aspirações, promovendo um sentido de pertencimento e valorização pessoal.

Esses processos de construção estética e emocional são particularmente relevantes para os jovens que vivem em contextos de vulnerabilidade, pois podem ser um canal de transformação e fortalecimento da resiliência (Lima, 2021).

O presente artigo visa discutir as atividades realizadas no projeto “Centro da Juventude Tecendo o Futuro”, evidenciando o impacto das oficinas de visagismo e estilismo no fortalecimento da autoconfiança dos jovens atendidos. Ao abordar essas práticas, busca-se compreender como o desenvolvimento de uma autoimagem positiva pode atuar como um catalisador para mudanças sociais mais amplas, contribuindo para a inclusão e o empoderamento de uma geração de jovens que enfrentam desafios relacionados à sua condição de vulnerabilidade social.

Metodologia

O projeto “Centro da Juventude Te-

cendo o Futuro” adota a metodologia de aprendizagem baseada em projetos (ABP), uma abordagem pedagógica que permite aos alunos aplicarem conhecimentos teóricos em contextos práticos, desenvolvendo tanto habilidades técnicas quanto competências sociais (Perrenoud, 2000).

Essa metodologia é especialmente eficaz em cenários que envolvem grupos em situação de vulnerabilidade, pois promove a autonomia, o pensamento crítico e o trabalho em equipe, aspectos essenciais para o fortalecimento pessoal e profissional dos participantes (Bender, 2014).

Durante a primeira visita in loco, a equipe do projeto teve a oportunidade de observar de perto os desafios enfrentados pelos jovens em situação de vulnerabilidade, o que possibilitou uma compreensão aprofundada das demandas e contextos sociais da comunidade atendida.

Essa experiência inicial foi crucial para a elaboração de um planejamento mais assertivo e orientado às necessidades reais da comunidade. O contato direto com a realidade dos jovens permitiu a identificação de lacunas relacionadas à autoestima, à autoimagem e à falta de oportunidades para o desenvolvimento pessoal (Silva & Costa, 2018).

A partir dessas observações, foi possível adaptar a metodologia ABP para um modelo de ensino prático que integra aspectos técnicos com questões emocionais e sociais. As oficinas oferecidas no projeto foram divididas em duas áreas principais: cuidados pessoais (visagismo, coloração pessoal e maquiagem) e estilo pessoal (escolha de vestuário e acessórios).

Cada uma dessas oficinas foi planejada com o objetivo não apenas de fornecer capacitação técnica, mas também de promover reflexões sobre a importância da imagem pessoal na construção da identidade e no fortalecimento da autoconfiança (Gomes & Ferreira, 2015). Para garantir que os participantes pudessem realmente internalizar os conceitos trabalhados, foram adotadas metodologias ativas, como estudos de caso, simulações e discussões em grupo, que incentivavam a participação e a troca de experiências. Além disso, as oficinas foram estruturadas em etapas,

com momentos de instrução teórica e prática, seguidos por dinâmicas de feedback e autoavaliação.

A cada oficina, os jovens eram incentivados a explorar suas próprias percepções de estilo e imagem, ampliando sua consciência sobre o impacto da aparência pessoal no seu relacionamento com o mundo ao redor (Vieira, 2017). A construção de uma narrativa pessoal através da estética foi um dos principais focos do projeto, permitindo que os jovens compreendessem que a imagem vai além do que é meramente visual, sendo também uma ferramenta de comunicação e expressão de valores pessoais.

Por fim, vale destacar que o processo metodológico foi constantemente adaptado de acordo com as respostas e feedback dos participantes. Essa flexibilidade é um dos aspectos centrais da metodologia ABP, que privilegia o protagonismo dos alunos e a aprendizagem significativa.

O projeto buscou, assim, não apenas transmitir conhecimento técnico, mas também criar um espaço de acolhimento, onde os jovens pudessem se sentir valorizados e capacitados para construir uma imagem positiva de si mesmos, refletindo essa mudança no seu cotidiano e nas suas interações sociais (Moura & Ribeiro, 2020).

Resultados e Discussão

Durante o mês de setembro e outubro de 2023, observamos resultados significativos nas oficinas oferecidas pelo projeto “Centro da Juventude Tecendo o Futuro”. A participação ativa dos jovens nas atividades resultou em uma clara evolução em relação à definição de seu estilo pessoal e na expressão mais confiante de suas individualidades. Essa transformação é especialmente visível em jovens que, anteriormente, demonstravam insegurança e falta de clareza sobre suas escolhas estéticas. O impacto positivo do visagismo nas oficinas é evidente, e está em consonância com a afirmação de Santos e Ribeiro (2018), que ressaltam o papel central da estética pessoal na construção da identidade, particularmente em contextos de vulnerabilidade social.

Ao trabalhar a imagem pessoal de

maneira intencional, os jovens passaram a enxergar sua aparência como uma extensão de quem são, refletindo essa nova percepção nas interações sociais e familiares. Além disso, a prática das oficinas de coloração pessoal, conduzida pela aluna Maria Elizângela Silva, revelou o impacto direto da teoria das cores no aumento da autoestima dos participantes. A análise individualizada das cores que mais favorecem as características físicas de cada jovem, considerando o tom de pele, olhos e cabelo, não só elevou o conhecimento dos participantes sobre a importância da imagem pessoal, como também proporcionou um sentimento de empoderamento.

Segundo Oliveira e Souza (2020), a conscientização sobre as cores adequadas permite que os indivíduos ganhem mais confiança e desenvolvam uma percepção mais positiva de si mesmos. Esse processo foi extremamente enriquecedor, pois trouxe aos jovens a capacidade de escolherem elementos que realçam sua beleza natural, além de oferecer a segurança necessária para se expressarem de forma mais autêntica.

Figura 1 – Oficina de coloração pessoal



Fonte: elaborado pelos autores (2023)

As atividades voltadas para o estilo pessoal, lideradas pela aluna Ingrid Lacerda Dias Ferreira, também trouxeram avanços importantes no empoderamento dos jovens. As oficinas focadas na escolha de vestuário e acessórios ajudaram os participantes a alinhar suas preferências estéticas com a sua identidade, refletindo seus gostos pessoais de maneira mais assertiva.

Essa prática se mostrou transformadora, especialmente para os jovens que, anteriormente, tinham pouca ou nenhuma noção de como utilizar a moda como forma de expressão. Como destaca Costa (2021), a moda possui um poder transformador na vida de indivíduos em situação de vulnerabilidade, permitindo que eles experimentem novas formas de se enxergarem e serem enxergados pela sociedade.

Figura 2 – Oficina de visagismo



Fonte: elaborado pelos autores (2024)

Além dos aspectos relacionados à moda e à imagem pessoal, também foi observado um aumento no sentimento de pertencimento e conexão entre os jovens. Ao compartilharem suas experiências e perspectivas durante as oficinas, foi criado um espaço de diálogo aberto e seguro, onde todos se sentiam à vontade para discutir temas relacionados à autoestima, identidade e estilo pessoal. O processo de socialização, facilitado pelas atividades em grupo, foi essencial para a construção de uma rede de apoio mútua entre os participantes, que passaram a se reconhecer nas histórias e desafios dos outros.

Essa dinâmica colaborativa é reforçada por Moura e Lima (2019), que apontam que ambientes de aprendizagem baseados em projetos que envolvem interação social ativa são mais propensos a promover mudanças comportamentais significativas, especialmente em grupos vulneráveis.

Os resultados das oficinas também evidenciam a importância da metodologia ativa empregada, que permitiu que os jovens fossem protagonistas de suas pró-

prias transformações. A flexibilidade das atividades e a adaptação constante às necessidades dos participantes possibilitaram uma aprendizagem mais significativa, que impactou diretamente a forma como esses jovens enxergam a si mesmos e o mundo ao seu redor. Essa abordagem, focada na individualidade e nas potencialidades de cada um, contribuiu de maneira decisiva para o desenvolvimento da autoconfiança e do sentimento de empoderamento pessoal.

Figura 3 – Participantes do projeto



Fonte: elaborado pelos autores (2024)

Considerações Finais

A conclusão do projeto “Centro da Juventude Tecendo o Futuro” destaca sua inegável relevância social ao utilizar o visagismo e o estilismo como poderosas ferramentas de transformação pessoal e coletiva. O projeto mostrou que, por meio da construção de uma imagem pessoal positiva, é possível não apenas promover a autoestima dos jovens em situação de vulnerabilidade, mas também incentivar o bem-estar emocional, o autoconhecimento e a inserção social de forma mais ampla. Ao longo das atividades, ficou evidente que o resgate da autoconfiança, aliado à construção de uma identidade mais sólida, tem o potencial de gerar um impacto duradouro na vida dos participantes, proporcionando a eles uma nova perspectiva sobre suas capacidades e seu papel na sociedade.

Os resultados alcançados reforçam a ideia de que o empoderamento através da imagem pessoal transcende questões estéticas, alcançando dimensões mais profundas de autopercepção e reconhecimento social. Esses jovens, antes margi-

nalizados em diversos aspectos, encontraram nas oficinas de visagismo e estilismo um espaço de valorização individual, no qual suas particularidades foram não só reconhecidas, mas celebradas. O efeito positivo desse processo reflete diretamente na melhoria de suas interações sociais, no fortalecimento de sua autoexpressão e na capacidade de enfrentar desafios com maior confiança.

A continuidade do projeto é, portanto, fundamental para garantir que o processo de transformação iniciado tenha continuidade e que mais jovens possam ser beneficiados por essa metodologia. Com o passar do tempo, espera-se que as oficinas de visagismo e estilismo possam ser aprofundadas e expandidas, abrangendo ainda mais aspectos do desenvolvimento pessoal e social dos participantes. Além disso, é necessário considerar a ampliação do projeto para outras comunidades vulneráveis, explorando diferentes abordagens e adaptando as atividades conforme as especificidades de cada grupo. A replicação da metodologia em novos contextos poderá não apenas maximizar o alcance dos resultados obtidos, mas também contribuir para o fortalecimento de políticas públicas voltadas ao empoderamento juvenil.

Por fim, futuras pesquisas são encorajadas a investigar de maneira mais aprofundada os efeitos dessas práticas em outros contextos, como escolas, centros comunitários e abrigos, verificando seu impacto sobre a promoção do bem-estar emocional, social e econômico de outras populações vulneráveis.

Referências Bibliográficas

CARVALHO, M. (2017). Vulnerabilidade social e juventude: desafios contemporâneos. Editora Vozes.

COSTA, F. R. (2021). Moda e identidade: uma análise sobre a influência da estética na autoestima. Editora Unesp.

GOMES, J. & Ferreira, A. (2015). A moda como expressão da identidade: visões e práticas. Editora Senac.

HALLAWELL, P. (2009). Visagismo: harmonia e estética. Senac São Paulo.

OLIVEIRA, L. & Souza, M. (2020). Teoria das cores e suas aplicações na moda. Editora Moderna.

PERRENOUD, P. (2000). A prática reflexiva no ofício de professor: profissionalização e razão pedagógica. Artmed.

SANTOS, E. & Ribeiro, L. (2018). Estética e identidade: desafios e possibilidades no Brasil. Editora PUC-Rio.

SIQUEIRA, M. & Almeida, T. (2019). O papel da autoestima no desenvolvimento juvenil. Editora Fiocruz.

