

*Apresentação*  
*de Negros*

**Proposta de texto para um folder destinado ao público em geral.  
Por favor estudem o texto com carinho e façam sugestões**

### **ONDE VOCÊ GUARDA SEU RACISMO?**

*importante*

**QUAL O SIGNIFICADO DA PALAVRA “GUARDAR”? OS DICIONÁRIOS DIZEM QUE É O MESMO QUE DEFENDER, CONSERVAR, MANTER, PRESERVAR. E É POR ISSO MESMO QUE NÃO IMPORTA SE VOCÊ GUARDA O SEU RACISMO NA CABEÇA, NO CORAÇÃO, NAS PALAVRAS OU EM QUALQUER OUTRO LUGAR. BASTA ADMINISTRAR QUE TEMOS ESSE SENTIMENTO ACESO EM ALGUMA PARTE DE NOSSA VIDAS PARA ENTENDER QUE O ASSUNTO É UMA FONTE CHEIA DE IDÉIAS PARA PENSAR.**

*Alexandre*

\*

**A CAMPANHA DIÁLOGOS CONTRA O RACISMO TEM VÁRIOS OBJETIVOS. ENTRE ELAS, PROVAR QUE AS FORMAS DE RACISMO GUARDADO SÃO INÚMERAS E NEM SEMPRE GRITANTES. ÀS VEZES SÃO BEM DISCRETAS, SUTIS, QUASE IMPERCEPTÍVEIS. MAS ESTÃO LÁ, SEJA EM UMA PIADA, EM UM COMENTÁRIO OU EM UMA SIMPLES REAÇÃO FÍSICA. E PRECISAM SER COMBATIDAS PORQUE, ACIMA DE TUDO, O PRECONCEITO RACIAL TEM O PODER DE LIMITAR A NOSSA VISÃO. E O PIOR: ESSA LIMITAÇÃO É CONTAGIOSA. ATINGE CRIANÇAS, ADULTOS, IDOSOS, ATINGE NOSSO PODER DE RACIOCÍNIO E ANULA NOSSOS CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO E CONDUTA, GERANDO TRISTEZAS E ATRASO PARA TODA A SOCIEDADE.**

**O PRECONCEITO MUITAS VEZES É INTEGRADO À NOSSA REALIDADE BEM CEDO. E É ÓBVIO QUE MUDAR SENTIMENTOS, CRENÇAS E HÁBITOS NÃO É TAREFA FÁCIL PARA NINGUÉM. MAS QUEM JÁ SABE O SIGNIFICADO DAS PALAVRAS “GUARDAR” E “RACISMO” SABE TAMBÉM QUE ESSAS SÃO EXPRESSÕES QUE NÃO COMBINAM. POR ISSO, SE O RACISMO APARECER, NÃO GUARDE, JOGUE NO LIXO.**

#### **Diálogos contra o racismo**

**Para saber mais sobre o assunto e entender a luta pela inclusão racial, acesse [www.dialogoscontraoracismo.org.br](http://www.dialogoscontraoracismo.org.br), cadastre-se e faça parte dos Diálogos contra o Racismo.**

**Apoio: Boel, FF, Novib**

**SOLIDARIEDADE/BONDADE). A CAMPANHA QUER PROMOVER A VALORIZAÇÃO DA IDENTIDADE MULTIRACIAL DO BRASIL. MOSTRANDO QUE O RACISMO NÃO DEVE SER COMBATIDO SIMPLEMENTE EM PROL HUMANITÁRIO DE UM GRUPO MENOS FAVORECIDO. DEVE SER COMBATIDO PORQUE REPRESENTA UMA PROFUNDA LIMITAÇÃO DE PENSAMENTOS E AÇÕES.**

## **PÚBLICO-ALVO E PARCEIROS ESTRATÉGICOS**

**A CAMPANHA FOI PENSADA PARA FUNCIONAR POR REDES, INCLUINDO ONGS E MOVIMENTOS SOCIAIS QUE TRABALHAM COM A QUESTÕES RACIAIS, E TAMBÉM INSTITUIÇÕES COMO ESCOLAS, EMPRESAS, SINDICATOS E ÓRGÃOS GOVERNAMENTAIS. DESTACA-SE, AINDA, A IMPORTÂNCIA DOS FORMADORES DE OPINIÃO E DAS PESSOAS QUE OCUPAM POSTOS DE LIDERANÇA NO MERCADO DE TRABALHO E INSTITUIÇÕES EDUCACIONAIS, TAIS COMO JORNALISTAS, PROFESSORES, PARLAMENTARES E EMPRESÁRIOS.**

**AS OPORTUNIDADES PARA A VEICULAÇÃO SE DISTRIBUEM AO LONGO DO ANO, ENFOCANDO DATAS COMO CARNAVAL (UM MOMENTO ONDE OS NEGRO TRADICIONALMENTE GANHAM ESPAÇO), DIA DO TRABALHO (REFLEXÃO SOBRE AS EMPRESAS) E FERIADOS LIGADOS À FAMÍLIA E À VIDA ÍNTIMA (DIA DAS MÃES, DOS PAIS, DOS NAMORADOS).**

### **Diálogos contra o racismo**

**Para saber mais sobre o assunto e entender a luta pela inclusão racial, acesse [www.dialogoscontraoracismo.org.br](http://www.dialogoscontraoracismo.org.br), cadastre-se e faça parte dos Diálogos contra o Racismo.**

**Apoio: Boel, FF,Novib**

**Anúncios p/ revistas:**

**IMAGINE UMA PESSOA IMPORTANTE LINDA, CULTA E ELEGANTE.**

**VOCÊ NÃO PENSOU EM ALGUÉM NEGRO, PENSOU?**

**O RACISMO NEM SEMPRE É CONSCIENTE. TODOS OS DIAS SOMOS CONDICIONADOS A IMAGINAR QUE OS SÍMBOLOS DE SUCESSO NÃO SE ASSOCIAM AOS NEGROS, A NÃO SER NA MÚSICA OU NO ESPORTE. ISSO PODE ATÉ SER UMA ATITUDE INCONSCIENTE, MAS PROVA COM NITIDEZ A LIMITAÇÃO DE IDÉIAS GERADA PELO PRECONCEITO RACIAL. PODE TER CERTEZA: UMA PESSOA É SEMPRE MUITO MAIS QUE A COR DA SUA PELE.**

**O QUE VOCÊ FALA PARA SEUS FILHOS SOBRE O SEU RACISMO?**

**VOCÊ PODE MOSTRAR O RACISMO PARA AS PESSOAS DE DUAS FORMAS: EXPLICANDO O ASSUNTO OU ENTÃO SENDO RACISTA. MAS LEMBRE-SE QUE VOCÊ TAMBÉM TEM RESPONSABILIDADE SOBRE OS OUTROS. AINDA MAIS SOBRE UM FILHO, UM IRMÃO, UM AMIGO. AVALIAR AS PESSOAS SEGUNDO A COR DA PELE É UMA GRANDE LIMITAÇÃO DE IDÉIAS QUE SÓ GERA TRISTEZAS. E QUANTO MAIS GENTE APRENDER ISSO COM VOCÊ, MELHOR.**

**ONDE VOCÊ GUARDA SEU RACISMO?**

**NÃO IMPORTA SE É NA CABEÇA, NO CORAÇÃO, NOS OLHOS OU NA ALMA. SE VOCÊ ADMITE QUE GUARDA O RACISMO EM ALGUM LUGAR, É HORA DE REPENSAR SEUS CONCEITOS. PRIMEIRO PORQUE AVALIAR UMA PESSOA PELA COR DA PELE É LIMITAR AS PRÓPRIAS IDÉIAS. SEGUNDO PORQUE O RACISMO GERA EXCLUSÃO, TRISTEZAS E CONFLITOS PARA A TODA A SOCIEDADE. SE O RACISMO APARECER NÃO GUARDE. ACABE COM ELE.**

**Texto para folder dirigido à imprensa.**

**ONDE VOCÊ GUARDA SEU RACISMO?**

**DIÁLOGOS CONTRA O RACISMO**

**O RACISMO EXISTENTE E O ADMITIDO: UMA ANTÍTESE BRASILEIRA**

AS PESQUISAS DE OPINIÃO\* APONTAM: 87% DOS BRASILEIROS RECONHECEM QUE HÁ RACISMO NO BRASIL, MAS 96% NÃO SE ASSUMEM COMO RACISTA. COMO QUEBRAR A CONTRADIÇÃO DO “RACISMO SEM RACISTA”? O PLANO É LANÇAR UMA CAMPANHA DE MÍDIA QUE QUESTIONE AS ATITUDES DISCRIMINATÓRIAS, MESMO QUE ESSAS PRÁTICAS SE DÊM DE MANEIRA INCONSCIENTE. FAZER O **PÚBLICO** SE CONSCIENTIZAR DE SEU PRÓPRIO RACISMO É O PRIMEIRO PASSO PARA PROMOVER A MUDANÇA DE COMPORTAMENTO E A ELIMINAÇÃO DO PROBLEMA. A CAMPANHA SERÁ FORMADA POR MATERIAIS VARIADOS, COMO ANÚNCIOS EM TV, JORNAIS, REVISTAS, ADESIVOS, CARTAZES, OUTDOOR E MALA DIRETA PARA EMPRESAS.

A DECISÃO DE CRIAR UMA CAMPANHA É UMA CONSEQUÊNCIA DAS ATIVIDADES DE 40 ORGANIZAÇÕES QUE FAZEM PARTE DOS DIÁLOGOS CONTRA O RACISMO E, HÁ QUATRO ANOS, REÚNEM-SE PARA TROCAR IDÉIAS E EXPERIÊNCIAS SOBRE O COMBATE À DISCRIMINAÇÃO. HÁ CONSENSO DE QUE AS INICIATIVAS DOS DIÁLOGOS PRECISAM SER TRANSMITIDAS PARA AO PÚBLICO MAIS AMPLO, INCLUÍDO ONGS QUE NÃO LIDAM DIRETAMENTE COM QUESTÕES RACIAIS.

**OBJETIVOS TÁTICOS E CONCEITUAIS**

O FOCO DA CAMPANHA SERÁ NA ABORDAGEM DE SITUAÇÕES DO COTIDIANO E DE VALORES CULTURAIS NOS QUAIS SE MANIFESTE A DISCRIMINAÇÃO, PROVOCANDO O PÚBLICO PARA QUE ENFRETE O RACISMO E SE MOBILIZE EM AÇÕES DE INCLUSÃO SOCIAL. A MANEIRA DE ATINGIR ESSE OBJETIVO É FORÇAR AS PESSOAS A SE DEPARAREM COM O RACISMO OCULTO EM SUAS ATITUDES E CRENÇAS, ATRAVÉS DA SEGUINTE PERGUNTA? “ONDE VOCÊ GUARDA SEU RACISMO”? A COMUNICAÇÃO DEVE LEVAR O PÚBLICO A REFLETIR SOBRE O PRÓPRIO RACISMO VELADO, INCONSCIENTE, SUBCONSCIENTE, IMPLÍCITO. NUM SEGUNDO MOMENTO A RESPOSTA ESPERADA É “EU TAMBÉM POSSO FAZER ALGO. EU POSSO MUDAR.”

O DESAFIO PARA O MATERIAL PUBLICITÁRIO É INOVAR, FUGINDO DOS CLICHÊS DESSE TIPO DE MOBILIZAÇÃO (COM O APELO À