



Ação de Carnaval e redes sociais



proposta | coletivo Palavra Delas
19 de janeiro de 2023





conceito da ação de Carnaval

O Carnaval é uma festa que faz parte da vida de jovens mulheres. Desde crianças, elas frequentam ensaios de escolas de samba. Na adolescência, começam a participar de eventos como a Descida da Borges e as saídas de blocos na Cidade Baixa, em Porto Alegre. Nesta fase, elas querem se divertir, dançar, paquerar e beijar sem medo. É direito delas curtirem da forma que desejarem.

E para qualquer ato, deve haver consentimento. Muitas vezes, as jovens são desrespeitadas e expostas a situações de violência. Os homens tentam beijar à força, encoxar e importunar, estragando a festa. Mesmo quando as relações são consensuadas, muitos jovens ainda não desenvolveram a consciência sobre a necessidade de utilizar preservativo para se proteger contra ISTs.





conceito da ação de Carnaval

A campanha “Respeita as gurias na folia” mostra que Carnaval é tempo de:

1

diversão

2

consentimento

3


**consciência
de direitos**

4

**proteção
contra ISTs**

A ação conecta prazer com respeito e cuidado em saúde, apresentando recomendações básicas para que nenhuma jovem foliã enfrente situações de violência na festa mais característica do nosso país.





objetivo e público-alvo

A campanha tem a finalidade de:

- Prevenir e conscientizar as jovens mulheres sobre o que caracteriza assédio no Carnaval, período marcado por variados tipos de violência contra elas;
- Conscientizar e sensibilizar os jovens homens para que não comentam assédio no Carnaval;
- Dialogar sobre a importância do uso de preservativo como forma de prevenir ISTs;
- Difundir o contato rede de atendimento à violência contra a mulher em casos de assédio.

A importância de abordar esses temas é embasada em pesquisas recentes. Em uma enquete realizada pelo site *Catraca Livre*, 82% das mulheres afirmaram já ter sofrido assédio durante a festividade. Por outro lado, o Instituto Data Popular divulgou, em 2016, uma pesquisa na qual 61% dos homens disse acreditar que mulher solteira que sai para a folia “não pode reclamar de ser cantada”.

Nosso público-alvo serão jovens homens e mulheres, cis e trans, de todas as orientações sexuais, moradores da periferia de Porto Alegre.



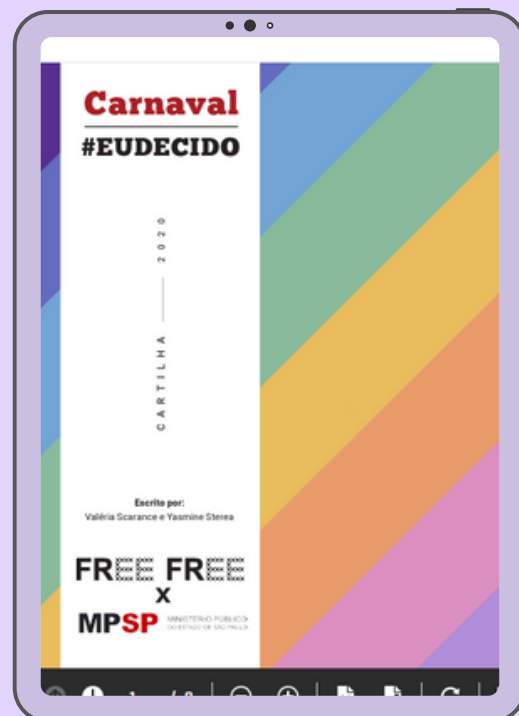
- Ação presencial em ensaios de escolas de samba e blocos de Carnaval;
- Distribuição de leques com informações de prevenção ao assédio;
- Conjunto de cards e posts interativos em redes sociais;
- Filtro da campanha no Instagram.

Os conteúdos conectam prazer com respeito e cuidado em saúde para jovens foliãs. Os materiais terão identidade visual exclusiva, colorida e jovem, com apelo aos jovens. Além disso, haverá veiculação nas imprensas alternativas, por meio de spots de rádio, além de aparição em matérias e programas de televisão.



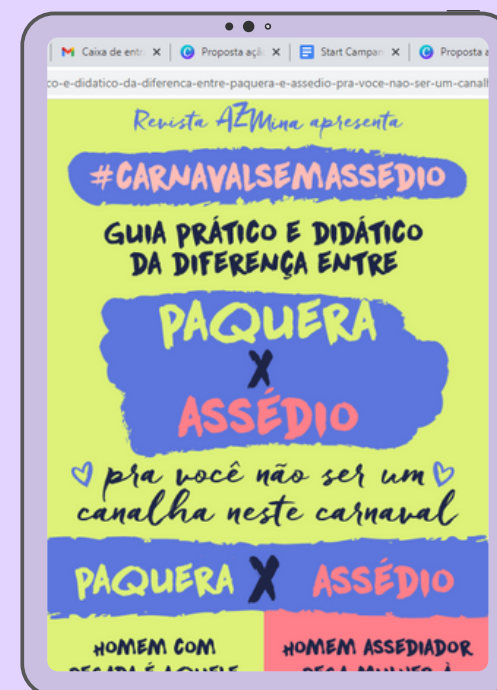
referências para a criação de conteúdo

Identificamos e selecionamos publicações que oferecem subsídios para a criação dos conteúdos da ação de Carnaval das JMCs. Clique nas imagens para acessar os arquivos:



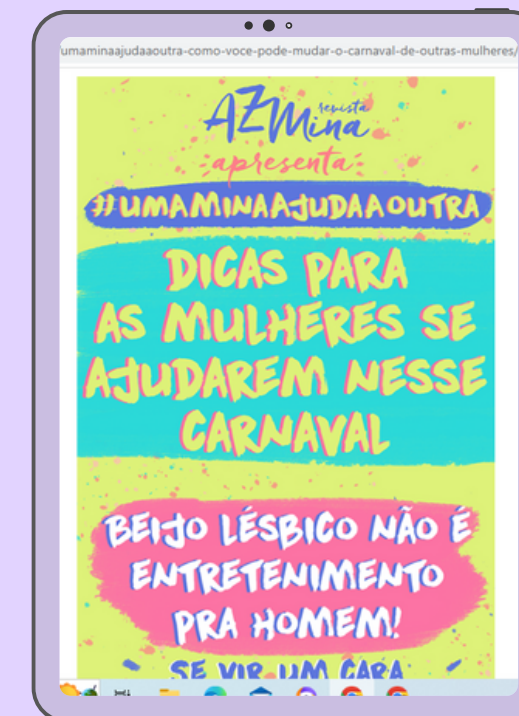
Free Free e Ministério Público do Estado de São Paulo

Guia Prático e Didático da Diferença entre Paquera x Assédio – Revista AZMina



Defensoria Pública do Estado do Rio Grande do Sul (DPE/RS)

Agência de Notícias da Aids e Mulheres na Ciência



#UmaMina AjudaAOutra – Revista AZMina

Cartilha do Folião Sustentável



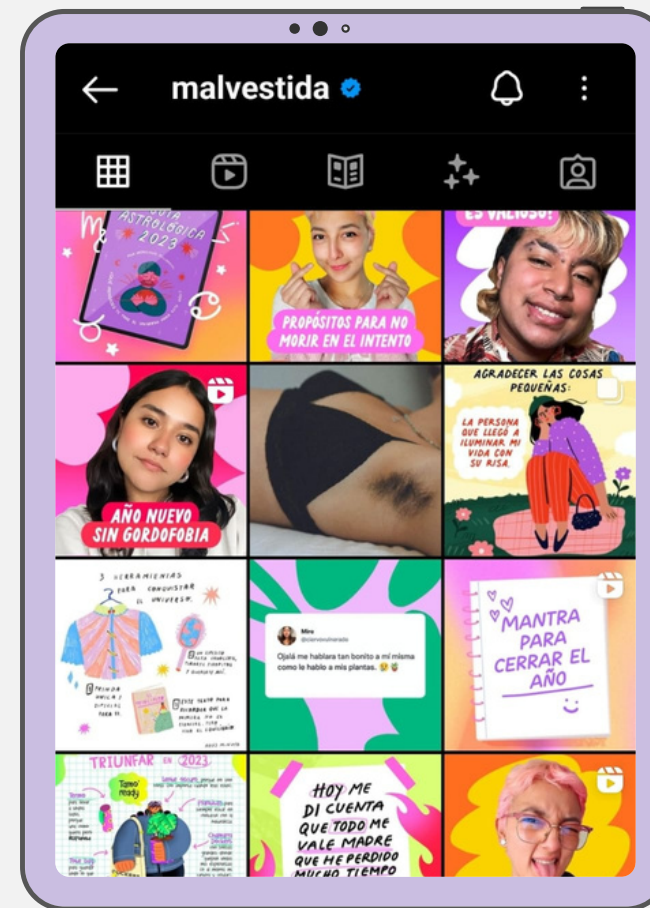


referências para a criação da identidade visual

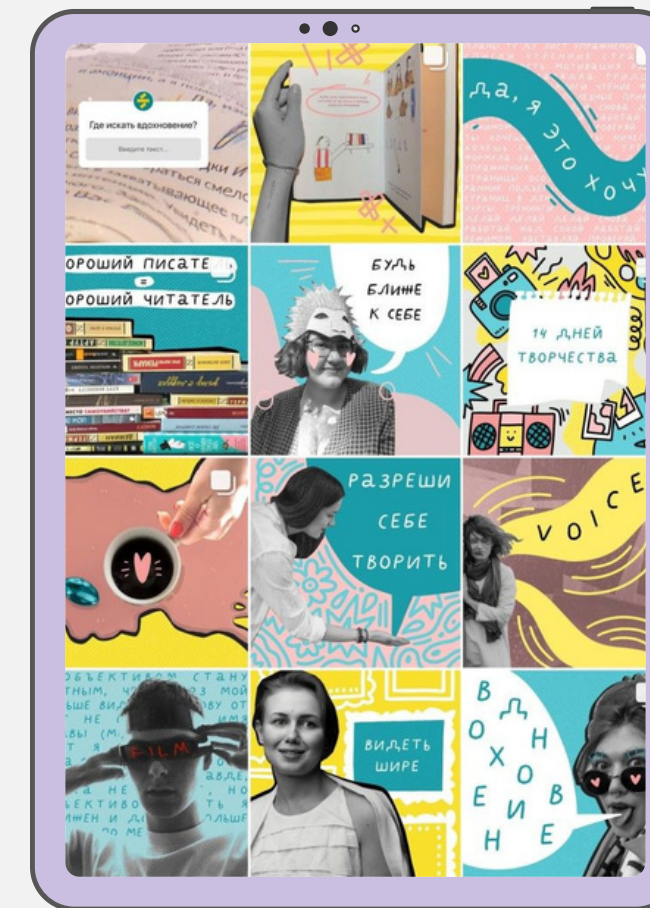
A identidade visual da ação de Carnaval é um desmembramento da identidade institucional criada para as JMCs.

A inspiração para a identidade principal partiu do universo da estética jovem, com colagens, letras soltas e que sutilmente remetem ao grafite, formas geométricas irregulares, elementos divertidos e texturas de papelaria.

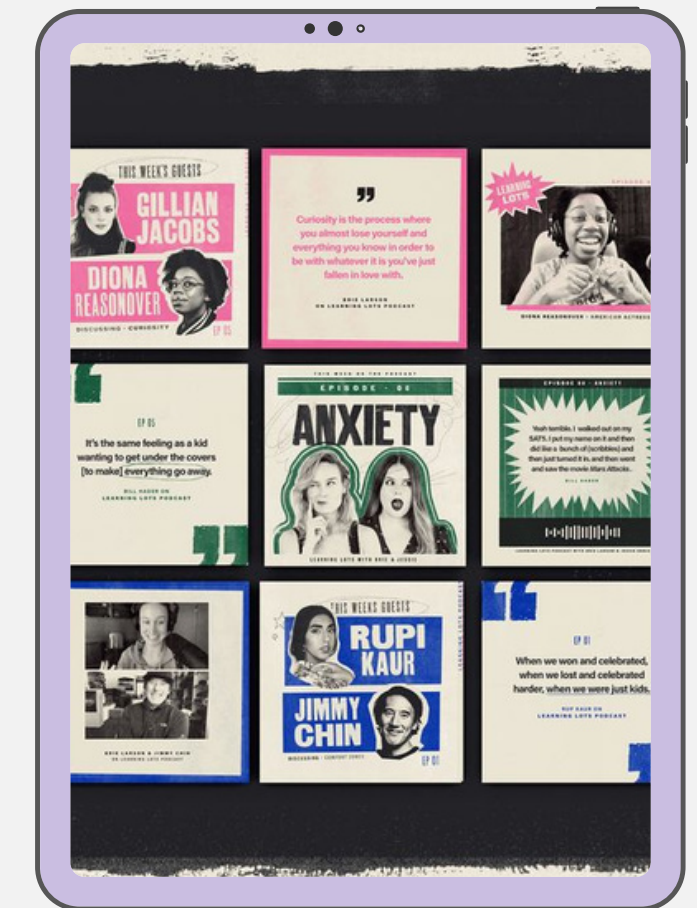
Para a ação de Carnaval, utilizamos a mesma linha com o acréscimo de elementos festivos, como glitter, standarte, serpentinas, purpurinas e cores quentes, sem perder a essência do que já havia sido combinado para as redes sociais.



@malvestida



referência do Pinterest



referência do Pinterest

LOGO

Foi criada uma logo com a frase principal da campanha, para ser usada nos produtos e acompanhar a identidade visual dos cards do instagram. Ela possui duas versões: horizontal com a flor da JMCs e simples arredondada. Ambas levam as cores selecionadas para a campanha: roxo da marca JMCs + cores quentes e alegres para o carnaval.



JMCs
JOVENS MULTIPLICADORAS
DE CIDADANIA



JMCs
JOVENS MULTIPLICADORAS
DE CIDADANIA



Versão em
estandarte,
para artes:





conteúdos

Além disso, a logo da marca foi alterada para uma versão mais "festiva", com elementos que fizessem sentido para a estética da JMCs. Para isso, colorimos os lábios, adicionamos glitter aos olhos e colorimos os títulos e a flor, também trazendo versões com glitter, serpentinas e elementos carnavalescos.





Outras versões:





Outras versões:





LEQUES

Leque impresso com foco no público feminino com frase da campanha + QR code de como buscar ajuda em caso de assédio, com direcionamento para postagem de Instagram onde estarão todos os passos necessários para denunciar um abuso + telefones úteis

Leque impresso com foco no público masculino frase da campanha + QR code com direcionamento para os cards que falam pra não assediar



LEQUES





LEQUES





LEQUES





CARDS

10 cards que tratam especificamente sobre a ação de Carnaval, com temas como paquera x assédio, como buscar ajuda, prevenção contra ISTs e afins.

A seguir, veja exemplos de cards a serem publicados nas redes das JMCs:





CARDS

REGRINHAS BÁSICAS DO CARNAVAL:

 **Fantasia não é convite!**
As gurias se fantasiaram para elas,
não para você.

 **Ofensa não é brincadeira!**
racismo, discriminação, homofobia e
lesbofobia são crimes e estão proibidos.

 **Bebida não é desculpa!**
seu estado alcoólico não é passe
livre para assediar ninguém.

Roubar beijo é abuso.
Cantada grosseira é abuso.
Tocar o corpo de alguém
sem permissão é abuso.

NÃO FAÇA!



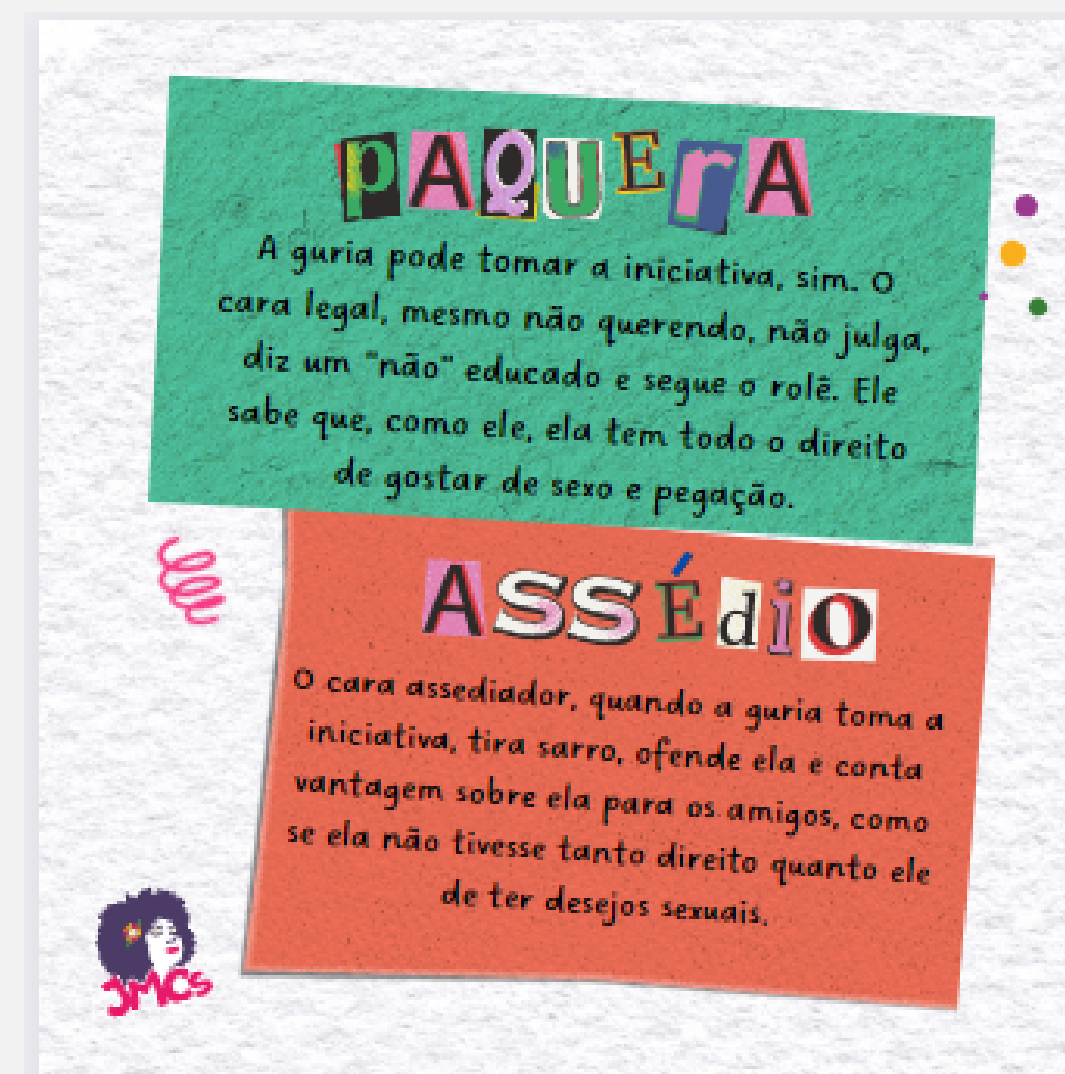


conteúdos

CARDS



CARDS





conteúdos

CARDS





FILTROS

Filtro de Instagram com moldura e frase que remete à ação JMCs, com objetivo de expansão da marca na rede social.





MÍDIA

Mapeamos possíveis inserções de mídia da ação de Carnaval das JMCs.

- 1) **RBS TV - Jornal do Almoço** - Franciele Brites (produtora)
- 2) **TVE - Radar** (terça e quinta, ao vivo, às 17h30min) - Pati Salvatori (apresentadora)
- 3) **Rede TVT - Central do Brasil** (segunda a sexta, às 12h30min) - Guilherme Oliveira (produtor)
- 4) **SBT - SBT Rio Grande** - Maria Eduarda (produtora)
- 5) **Band - Band Cidade** (segunda a sábado, 18h50min) - Mônica Rossi (produtora e editora)
- 6) **RDC TV** - Priscila Rodrigues (produtora)
- 7) **Record TV** - Eduardo e Manuela (produtores)
- 8) **FM Cultura** - Cultura na Mesa (Eduardo Osório, apresentador)
- 9) **Sul21** - Site - Duda Romagna (repórter)
- 10) **G1** - Site - Lilian Lima (editora-chefe)
- 11) **Correio do Povo** - Site e impresso - Felipe Faleiro (repórter)
- 12) **Jornal do Comércio** - Site e impresso - Mauro Bello (editor chefe)
- 13) **Zero Hora, Diário Gaúcho e Gaúcha ZH** - Site e impresso - Rosângela Monteiro (editora)
- 14) **Rede Estação Democracia (RED)** - Site - Gisele Agliardi (jornalista)
- 15) **Matinal Jornalismo** - Site - Marcela Donini (editora)
- 16) **Brasil de Fato RS** - Site - Marcelo (repórter)
- 17) **Extra Classe** - Site - Flávio Ilha e Marcelo Menna Barreto
- 18) **Rádios e TVs universitárias** (UFRGS, Unisinos, Ulbra)
- 19) **Canais que fazem lives** (exemplo: Diálogos, com Cláudia Prates, e outros a serem mapeados)



INFLUENCIDORAS

Com base em conversas com as JMCs e em pesquisas, elencamos possíveis parcerias com influenciadoras para promover a ação das JMCs no Carnaval. (clique na imagem para acessar os perfis)



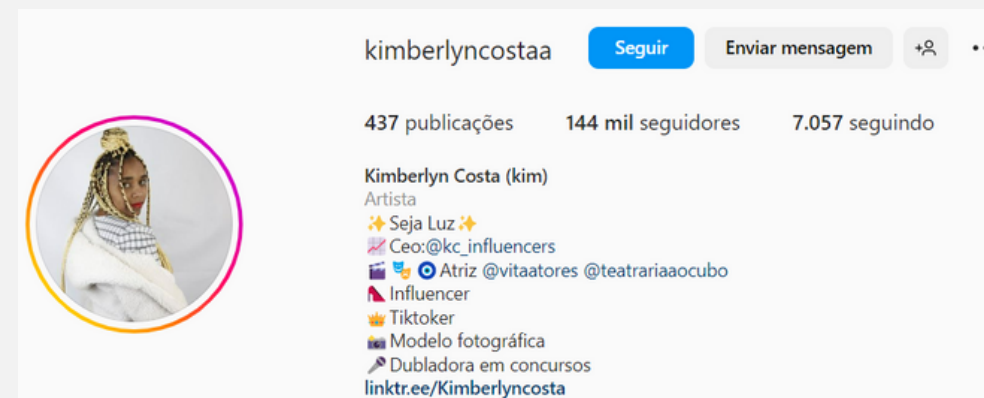
Profile of **cristal** (verified). 262 publicações, 48,7 mil seguidores, 2.508 seguindo. Bio: CRISTAL, Artista, OUÇA MEU NOVO SINGLE "TUKIKIS", Contato: cristalpowesia@gmail.com, 51994203632 @giselerocha.prod, onerpm.link/tukikis.



Profile of **blocodalaje**. 776 publicações, 33,4 mil seguidores, 236 seguindo. Bio: Bloco da Laje, Coletivo teatral carnavalesco que desde 2011 promove cortejos e apresentações nas ruas e nos palcos. Mais info: linktr.ee/blocodalaje.



Profile of **negrajaqueoficial**. 1.613 publicações, 10,4 mil seguidores, 5.538 seguindo. Bio: Jaqueline Pereira, Artista, Mestranda/Prod.Cultural, @negrajaqueoficial, @blocodaspretas2022, @galpaoculturalch2poa se inscrever no canal, youtube.com/@NegraJaqueoficial.



Profile of **kimberlyncostaa**. 437 publicações, 144 mil seguidores, 7.057 seguindo. Bio: Kimberlyn Costa (kim), Artista, Seja Luz, Ceo: @kc_influencers, Atriz @vitaatores @teatrarriaocubo, Influencer, Tiktok, Modelo fotográfica, Dubladora em concursos, linktr.ee/Kimberlyncosta.



Profile of **naomexecomigoque**. 121 publicações, 4.721 seguidores, 783 seguindo. Bio: eu não ando só, Musicista/banda, Bloco de carnaval coletivo feminista, bateria, harmonia, tocadoras de terror, bit.ly/aberturaterror22.



Profile of **bruna.rodrigues65** (verified). 3.310 publicações, 34 mil seguidores, 4.411 seguindo. Bio: Bruna Rodrigues, Politico, Deputada Estadual ELEITA, Vereadora em Porto Alegre, Presidenta do PCdoB POA, Feminista e Antirracista, Mãe, Filha de garis, linktr.ee/bruna.rodrigues65.



Profile of **paulateponti**. 380 publicações, 112 mil seguidores, 1.423 seguindo. Bio: Paula Teponti, Criador(a) de conteúdo digital, algumas reflexões e humor, Tiktok (+1,3 M), Sydney NZBR.

+ Mapeamento de escolas de samba e blocos periféricos na Restinga e em outros territórios



plano de trabalho e cronograma de entrega dos produtos

Até 13/1 **Versão final** **id visual**

A partir das observações e solicitações de ajustes realizados na reunião de 11 de janeiro, apresentamos a versão final da identidade visual.

Até 13/1 **Textos dos** **produtos**

Entrega de todos os conteúdos em texto que irão compor cards, leque, tatuagem e spots de rádio.

Após aprovação e ajustes, serão encaminhados para a designer.

16/1 **Leques e** **tatuagens**

Versão final dos leques e tatuagens serão entregues para posterior impressão.

Importante que este prazo seja cumprido, tendo em vista que as tatuagens virão de São Paulo, e é preciso tempo hábil para entrega deste material impresso já no pré-lançamento da ação das JMCs - 29 de janeiro, na saída do Bloco da Lage.

18/1 **Release**

Entrega do release que abordará a ação das JMCs durante o Carnaval. Após aprovação, entraremos em contato com a imprensa para buscar espaço.

Também contataremos influenciadoras digitais previamente mapeadas em conjunto com as JMCs.



plano de trabalho e cronograma de entrega dos produtos

**19/1 ou 26/1
Apresentação
a parceiros**

Apresentação da ação para parceiros e demais interessados em colaborar e difundir a campanha. Evento online.

**29/1
Pré-ação
Bloco da Laje**

Participação junto às JMCs da ação de Carnaval no Bloco da Laje. A ideia será distribuir leques e tatuagens ao público.

**31/1
Lançamento
da campanha**

Participar das atividades de lançamento da campanha e que contará com a visita de uma representante do financiador.

**Até 10/3
Relatório final**

Entrega do relatório final de comunicação do projeto, que abarca ação de Carnaval e redes das JMCs.



redes sociais das JMCs

Para sustentar a campanha de carnaval, será necessário criar uma conta no Instagram e no Tiktok, por conta da alta adesão da juventude nessa rede social.

Para esse objetivo criamos uma identidade visual com as meninas para compor as artes gráficas do Instagram. A identidade também é inspirada em elementos de colagens, recortes e grafite. O tom de voz da rede social foi escolhido por elas, que pediram um tom descontraído de fala, sarcástico, engraçado e irônico.

Para a paleta de cores foram escolhidos tons de roxo da marca, branco, beges, amarelos e preto.

As texturas escolhidas fazem alusão a cadernos, papéis, grampos e materiais de papelaria, conectando com a atmosfera da adolescência, criativa, espontânea e autêntica.



equipe de trabalho

Para desenvolver os produtos demandados, reunimos uma equipe composta por três profissionais com perfil proativo e organizado, que estará mobilizada para concretizar o projeto com excelência e criatividade.



equipe de trabalho



Janaína Kalsing | Coordenação, edição e redação

Tem ampla experiência em planejamento e execução de projetos de comunicação, além de produção e edição de conteúdos para plataformas impressas e digitais. Por 15 anos, atuou como jornalista em redação de jornais diários (Zero Hora, em Porto Alegre, e Público, em Lisboa). Também trabalhou com ensino e pesquisa, durante o doutorado em Ciências da Comunicação (UFRGS) e o mestrado em Estudos dos Media (Universidade Nova de Lisboa). É uma pesquisadora reconhecida: em 2022, sua tese de doutorado venceu o Prêmio Adelmo Genro Filho 2022, distinção da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (@SBPJor), a mais importante da área no Brasil.

Rossana Silva | Coordenação, edição e redação

Por 15 anos, atuou como jornalista em redação de jornais diários (Zero Hora, em Porto Alegre, e El País, em Madrid). Apaixonada pelos temas de gênero, tem três anos de experiência como consultora da Themis - Gênero, Justiça e Direitos Humanos. Em 2022, realizou o curso "Transformar o jornalismo desde o gênero e os feminismos", do Festival Zarelia e da Universidad Andina Simón Bolívar, do Equador, e concluiu uma temporada de estudos sobre comunicação, gênero e mudança social na Universidade Autônoma de Barcelona.



Carolina Tramontina | Projeto gráfico e design dos produtos

Publicitária formada Universidade Federal de Santa Maria, atua há uma década no desenvolvimento de projetos criativos impressos e digitais. É consultora para marcas no desenvolvimento de planejamento estratégico, produção de conteúdo e também participa como diretora de arte em diferentes projetos comunicacionais. Dedicou-se a trabalhar majoritariamente com mulheres empreendedoras e com iniciativas sociais e sustentáveis. Também tem grande apreço por projetos artísticos e fotográficos.



**Conheça as Jovens
Multiplicadoras de Cidadania
formadas pela Themis em agosto
de 2022 que colaboraram com a
criação desta campanha:**

Alannis Pyetra Silva de Moraes
Ângela Maria de Oliveira
Anna Thereza V. Graciliano
Ariadiny Itauana da Silva
Carla Vitória Lima de Oliveira
Emily Kalana da Silva
Fernanda Victória L, Santanna
Giovanna Hoppe da Silva
Hellen Christiny Rosa Fonseca
Hérica Pereira Prates
Isadora Prates Cunha
Izadora Santos Moraes
Julia Beatriz Vidal Nascimento

Jullya da Rosa Meireles
Julia da Silva Rodrigues Farias
July da Silva Ferreira
Kamily Soares de Oliveira
Krisley da Luz França
Larissa Rebimba Nunes
Laryssa Sinai Farias Ramos
Maria da Graça Silva Gomes
Monique de Moura Ferreira
Natali Alves Rocha
Nathália Mendonça Nascimento
Rafaela Walter Melo
Sybelly Cristina Ribeiro da Silva
Thalia Santos de Lima





Agradecemos a atenção!

Esperamos contribuir e estamos disponíveis para qualquer dúvida ou necessidade de realinhamento ou ajuste da proposta para melhor atender à Themis.



palavradelas@gmail.com



(51) 9 8472-9151



@palavradelas



Palavra Delas