

RACISMO: O VÍRUS DA DESIGUALDADE ESTRUTURAL

► COMUNICAÇÃO INTEGRADA

ESTRATÉGIA, PLANO DE AÇÃO & RESULTADOS



PROJETO | VISÃO GERAL

A campanha "**Racismo: O Vírus da Desigualdade Estrutural**", realizada entre os dias 20/11 e 20/12/2021, aumentou a conscientização em torno da Centrum, marca da então GSK Consumer Healthcare (hoje Haleon), por meio de uma ação de comunicação conceitual e impactante.

Criada pela agência Owly, a campanha mostrou que a discriminação racial não se limita a questões sociais, educacionais ou de segurança pública. O racismo também pode prejudicar a imunidade e gerar outros malefícios à população negra, provocando diversos prejuízos à saúde.

61%

61% DAS VÍTIMAS DE FEMINICÍDIO SÃO MULHERES NEGRAS

10%

NEGRAS SÃO APENAS 10% DOS ESTUDANTES DAS 20 MELHORES ESCOLAS DO BRASIL

56%

56% DA POPULAÇÃO DO BRASIL É NEGRA

18%

APENAS 18% DOS MÉDICOS SÃO NEGRAS

75%

75% DAS VÍTIMAS DE HOMICÍDIO SÃO NEGRAS

PRINCIPAIS AÇÕES

Manto da Denúncia da Desigualdade

Uma camisa feita especialmente para reforçar as mensagens do Dia da Consciência Negra no Brasil.

Uma mudança na composição de suas listras tornou desigual a distribuição das faixas claras e escuras, transformando-as em gráficos de barras, que ficaram com uma cor predominantemente branca.

A ação demonstrou como a desigualdade não só se impõe, mas também oprime a população negra.



PRINCIPAIS AÇÕES

Leilão da camisa contra o racismo

Os uniformes usados em campo foram autografados pelos atletas e leiloados pela plataforma MatchWornShirt.

A renda foi revertida integralmente para o Observatório da Discriminação Racial no Futebol – que a destinou a projetos contra o racismo no esporte.



PRINCIPAIS AÇÕES

Conteúdos especiais

Distribuição de kits de conscientização sobre racismo para influenciadores digitais que se tornaram parceiros da campanha.

Vídeo-depoimento de Altair Lira, mestre em saúde coletiva, professor substituto da UFBA (Universidade Federal da Bahia) de 2017 a 2018 e ativista no campo da saúde da população negra.



INDICADORES DE PERFORMANCE

85

**MATÉRIAS
PUBLICADAS**

5,45 MI

**VALORAÇÃO ESTIMADA NA
IMPRENSA BRASILEIRA (R\$)**

Lista completa de resultados na imprensa [nesse link](#)

INDICADORES DE PERFORMANCE

8 MI+

**USUÁRIOS ÚNICOS IMPACTADOS
NAS REDES SOCIAIS**

2,5 MI+

**IMPRESSÕES NAS REDES
SOCIAIS DO BOTAFOGO**

15%

**CRESCIMENTO DE SEGUIDORES
NAS REDES SOCIAIS DE CENTRUM**

DESTAQUES NA IMPRENSA

20 de novembro de 2021



O Globo Esporte, principal programa esportivo diário da TV brasileira, mencionou na edição carioca a camisa especial do Botafogo contra o racismo

<https://ge.globo.com/video/torcedor-vive-a-expectativa-pelo-titulo-da-serie-b-no-sul-10058370.ghtml>

22 de novembro de 2021 **sportv**



Galvão Bueno mostra no “Bem, Amigos” a camisa usada pelo Botafogo contra o Brasil-RS, lendo ao vivo os gráficos que denunciam o racismo no país.

https://www.instagram.com/tv/CWmiYumDBZw/?utm_medium=share_sheet

29 de novembro de 2021 **PROPMARK**



O PROPMARK, focado no setor de propaganda e marketing, trouxe detalhes sobre a campanha do Centrum contra o racismo.

<https://propmark.com.br/anunciantes/centrum-e-botafogo-lancam-camisa-contra-o-racismo/>

► Clique nos links para acessar as matérias



REDES SOCIAIS





- Para aumentar a exposição do manto da desigualdade nas redes sociais em parceria com Centrum, utilizamos a nova ferramenta de postagem colaborativa do Instagram, aumentando nosso alcance e engajamento
- Vários influenciadores e contas postaram de forma orgânica sobre a ação. Isso mostra como a ideia foi relevante para o público e bem executada
- O envio de kits com a camisa para jornalistas e influenciadores complementou a exposição gerada por reportagens e conteúdos nas redes sociais

POSTS & STORIES | REPERCUSSÃO ORGÂNICA



Flávia Alessandra



Fred (Desimpedidos)



Mauro Betting



Warley (jogador)



Felipe Neto



COMENTÁRIOS DE INTERNAUTAS

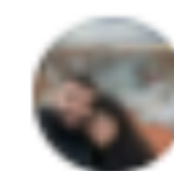
- Várias pessoas famosas e influentes nas redes sociais comentaram as postagens, dando credibilidade à ação e melhorando seu alcance.
- Além disso, a maioria dos comentários foram positivos, elogiando não só o clube mas também a ideia da camisa e, principalmente, a causa.



plgodinho Como eu faço pra comprar essa obra de arte?

1 sem 131 curtidas Responder ...

— Ver respostas (9)



vinicius89 Se quiser vender essa camisa eu não fico chateado não hein.

1 sem 196 curtidas Responder



fogopapers CLUBE IMENSO DEMAIS, DÁ NAO. QUE CAMISA ABSURDA 🔥

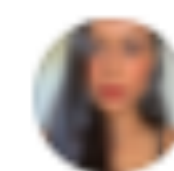
1 sem 66 curtidas Responder

— Ver respostas (8)



bfrmichael Coloca a venda essa camisa.

1 sem 107 curtidas Responder



iaraalencar A camisa é linda, mas a causa é maior ainda 😞💔

1 sem 98 curtidas Responder



sosprj é o melhor time do mundo e não é de hoje ❤️😞

1 sem 59 curtidas Responder

— Ver respostas (1)

