

BRACELL NO

# AFRO

FASHION DAY



Um compromisso com a diversidade, a inclusão e o protagonismo negro

PRÊMIO JATOBÁ PR 2025

**Bracell**

# Ficha Técnica

## EMPRESA

Bracell

## VERTICAL

Organização Empresarial

## CATEGORIA

Diversidade, Equidade e Inclusão

## NOME DO CASE

Bracell no Afro Fashion Day:

## SINOPSE

Em 2024, a Bracell reforçou seu compromisso com a diversidade ao patrocinar o Afro Fashion Day, maior evento de moda negra do Brasil. O patrocínio virou ação de impacto social: a empresa desafiou o estilista do desfile a criar um look com lenços produzidos por costureiras de um projeto social. O processo foi transformado em um [reality show](#) nas redes da Bracell e do Jornal Correio.

## CRONOGRAMA

### Agosto/2024

- Liberação do patrocínio ao Afro Fashion Day e presença da marca Bracell em peças de divulgação e nas ativações do desfile
- Elaboração do roteiro e do conceito criativo
- Definição das personagens e briefing do estilista
- Planejamento técnico (equipamentos, equipe, logística)
- Confecção de lenços de viscose pelas costureiras do projeto social

### Setembro/2024

- Filmagens na Fábrica de Fardamentos e na sede do jornal Correio
- Decupagem e organização do material gravado
- Roteirização detalhada dos episódios do reality

### Outubro/2024

- Edição e lançamento do 1º episódio do reality
- Visita técnica ao local do desfile para definição de captação (ângulos, pontos de câmera, equipe necessária)

### Novembro/2024

- Publicação de posts de aquecimento para o Afro Fashion Day
- Edição e lançamento do 2º episódio do reality
- Cobertura audiovisual do desfile
- Cobertura jornalística e relacionamento com imprensa
- Finalização e postagem do episódio no Dia da Consciência Negra

## REGIÃO DAS AÇÕES

Nordeste (Bahia)

## INVESTIMENTO

R\$ 300 mil

# Ficha Técnica

## NÚMERO DE PESSOAS QUE ATUARAM NO PROJETO: 15

### BRACELL

- **Cintia Liberato:** Gerente de Comunicação e Relações Institucionais / aprovadora do reality
- **Vivian Barbosa:** Coordenadora de Comunicação/ aprovadora do reality
- **Frederico Bastos:** Gerente de Comunicação Digital e Mídias Sociais / Criador e produtor executivo do reality
- **Gabriel Cortez:** Analista de Comunicação Digital e Mídias Sociais / produtor
- **Fernanda Oliveira:** Analista de Comunicação Digital e Mídias Sociais / assistente de produção
- **Beatriz Leite:** Assistente de Comunicação / apresentadora do reality
- **Nay Souza:** Costureira da projeto social Fábrica de Fardamentos / personagem do reality

### JORNAL CORREIO / AFRO FASHION DAY

- **Filipe Dias:** Estilista / criador do look Bracell no Afro Fashion Day

### FLIP (produtora audiovisual contratada)

- **Felippe Thomaz:** Produtor executivo / Dir. Fotografia
- **Igor Souto:** Direção e edição
- **Samile Moura:** Produção
- **Rickson Bala:** Captação de som
- **Philip Sampaio:** Câmera Man 1
- **Ted Ferreira:** Câmera Man 2
- **Josafá Cruz:** Motorista

## Propósito

“Bracell no Afro Fashion Day” é um projeto afirmativo de Diversidade, Equidade e Inclusão, promovendo avanços concretos no combate ao racismo estrutural e valorização do protagonismo negro. Empoderou pessoas negras, ampliou a representatividade em espaços de decisão e gerou impacto social mensurável, alinhando-se plenamente aos critérios da Categoria 29 - Diversidade, Equidade e Inclusão (DE&I) do Prêmio Jatobá PR 2025.

A Bracell entende que Diversidade, Equidade e Inclusão (DE&I) são valores permanentes e estruturantes. O Afro Fashion Day integra uma jornada contínua de transformação cultural, apoiada por políticas institucionais, grupos de afinidade, comitês de diversidade e um calendário anual de ações afirmativas.

O compromisso da empresa é garantir que DE&I estejam presentes em todas as áreas, processos e decisões, promovendo um ambiente cada vez mais plural e inclusivo.



# Contexto



## **SOBRE A BRACELL**

A [Bracell](#) é uma das líderes globais na produção de celulose e celulose solúvel, matéria-prima para a produção de viscoso. Com mais de 20 anos de presença no Brasil, a empresa opera na **Bahia, no Mato Grosso do Sul, em Pernambuco e em São Paulo**. No Nordeste, tem unidades industriais em Camaçari (BA), Feira de Santana (BA), São Gonçalo dos Campos (BA) e Pombos (PE), além de realizar atividades florestais em diversos municípios da região. Em todas essas localidades, o [Bracell Social](#) desenvolve projetos que objetivam causar **impacto social positivo** e promover o **desenvolvimento econômico local**.



## **SOBRE A FÁBRICA DE FARDAMENTOS**

Localizado na Fazenda Salgado, área da Bracell no município de **Inhambupe (BA)**, a Fábrica de Fardamentos é constituída por uma **cooperativa de mulheres, costureiras** industriais, residentes em comunidades situadas nas áreas vizinhas. Muitas das participantes do projeto são negras. Além da **infraestrutura física** e de **equipamentos**, a Bracell oferece **apoio técnico e de gestão** à Cooperativa de Trabalho das Costureiras de Inhambupe e Região (COOPECIR), grupo responsável por administrar e operacionalizar as atividades.



# Contexto

## **SOBRE O AFRO FASHION DAY**

O Afro Fashion Day, realizado anualmente em Salvador (BA), é o maior evento de moda negra do Brasil, impulsionando talentos negros e valorizando o afroempreendedorismo e a identidade negra. A edição de 2024 reuniu **6.500 pessoas** e foi realizada no mês da Consciência Negra.

# Desafios

## Transformar um patrocínio tradicional em uma experiência de comunicação e impacto social

A Bracell transformou o patrocínio em uma **experiência de comunicação e impacto social**, dando voz e protagonismo às pessoas negras colaboradoras, beneficiárias do projeto Fábrica de Fardamentos e do mundo da moda.

O reality show, apresentado por uma colaboradora negra, Beatriz Leite, **ampliou a audiência e o alcance da mensagem de equidade racial**.



# Desafios

## Promover diversidade e combater o racismo com protagonismo negro

O projeto enfrentou o desafio de combater o racismo estrutural no Brasil, priorizando uma abordagem afro centrada desde o início.

Todos os participantes do reality show são pessoas negras, incluindo lideranças nas áreas de Comunicação Digital, Mídias Sociais e Comunicação Interna.

O protagonismo negro foi central em todas as etapas.



## **AUMENTAR A VISIBILIDADE DA MARCA BRACELL**

por meio do patrocínio ao Afro Fashion Day 2024, associando-a a uma plataforma reconhecida por promover o protagonismo de pessoas negras e impulsionar o debate sobre o combate ao racismo na sociedade.



## **Objetivos**

### Geral



# Objetivos

## Específicos



### REFORÇAR O CONHECIMENTO SOBRE A CELULOSE

como matéria-prima versátil, inclusive para a produção da viscose.



### ESTIMULAR O ENGAJAMENTO

de *stakeholders* internos e externos na agenda de diversidade e inclusão.



### ESTREITAR A ASSOCIAÇÃO ENTRE A BRACELL E AÇÕES DE IMPACTO SOCIAL

que combatem a desigualdade social.



### PROMOVER O ORGULHO DE PERTENCER

entre colaboradores, contribuindo para a atração e retenção de talentos.



### CONSOLIDAR A PERCEPÇÃO DA MARCA COMO AGENTE DE TRANSFORMAÇÃO,

alinhada ao seu posicionamento de “Fazer a diferença em cada detalhe”.



# Estratégia

A estratégia integrou **Comunicação Externa, Interna e Digital**, mobilizando colaboradores, comunidades, imprensa, fornecedores e *stakeholders* em torno da temática do **protagonismo negro** como alavanca para redução de desigualdades. Partimos da premissa de que comunicação institucional, propósito social e engajamento cultural podem e devem caminhar juntos.



A ação foi concebida em **quatro frentes estratégicas interligadas**:



### **RELEVÂNCIA CULTURAL**

Vincular a marca Bracell a um movimento autêntico de valorização da estética e da identidade negra.



### **AMPLIFICAÇÃO DE CONTEÚDO**

Costurar todas as ações em uma narrativa coesa e sensível para ampliar alcance, surpreender os públicos e fomentar cobertura espontânea.



# **Estratégia**



### **APROXIMAÇÃO COM COMUNIDADES LOCAIS**

Incluir os públicos apoiados por projetos sociais da Bracell como protagonistas da iniciativa.



### **ENGAJAMENTO DO PÚBLICO INTERNO**

Envolver colaboradores da Bracell na jornada, reforçando o orgulho de pertencer e promovendo a diversidade como valor central da cultura organizacional.

# Execução

## ANTES

Com base nesta estratégia, a Bracell realizou um conjunto de **ações antes, durante e depois** do Afro Fashion Day 2024:



## PATROCÍNIO AO EVENTO

Presença da marca em peças de divulgação e nas ativações no local do desfile.



## ALINHAMENTO COM OS PRINCÍPIOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

Promoção do protagonismo negro, geração de renda local e valorização de saberes tradicionais por meio da costura.



## CRIAÇÃO DE UM LOOK EXCLUSIVO PARA A PASSARELA

Confecção de lenços de viscose produzidos pelas costureiras da COOPECIR.



## PRODUÇÃO E PUBLICAÇÃO DE UMA WEBSÉRIE EM FORMATO DE REALITY SHOW

Aguçamento da curiosidade do público por meio da publicação do [primeiro episódio](#).

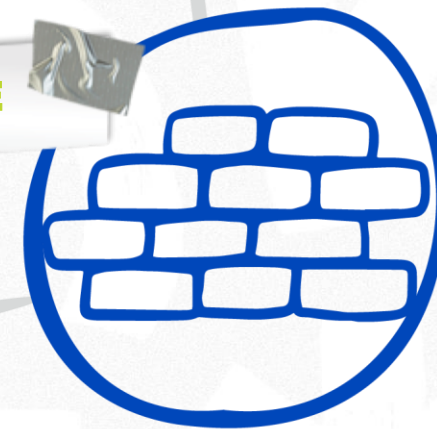


# Execução

## ATIVAÇÕES DIGITAIS E NAS REDES SOCIAIS DA BRACELL

Publicação de **conteúdos de sustentação** (1 e 2), mantendo o interesse do público online pelo desfecho da história.

DURANTE



## COBERTURA JORNALÍSTICA E RELACIONAMENTO COM IMPRENSA REGIONAL E NACIONAL

Garantia de ampla **visibilidade** em veículos tradicionais e manutenção do interesse.



## ATIVAÇÕES NO EVENTO

Distribuição de **lenços de viscose** como brinde a formadores de opinião, lideranças do movimento negro, colaboradores e participantes dos projetos sociais, criando conexão direta entre a **celulose**, a **passarela** e o **público**.



# Execução



DEPOIS



## PUBLICAÇÃO DO DESFECHO DA WEBSÉRIE

Conclusão da narrativa, consolidando na memória dos públicos a mensagem de **representatividade, pertencimento e equidade racial**.



## COMUNICAÇÃO INTERNA DIRECIONADA AOS COLABORADORES

Newsletters, vídeos e conteúdos exclusivos sobre o projeto, reforçando o **envolvimento da equipe com a causa** e os valores da Bracell.



# Investimento

**PATROCÍNIO AO EVENTO:**  
R\$ 115.000,00

**MATERIAIS DE  
COMUNICAÇÃO:** R\$ 40.000,00

**PRODUÇÃO AUDIOVISUAL:**  
R\$ 75.000,00

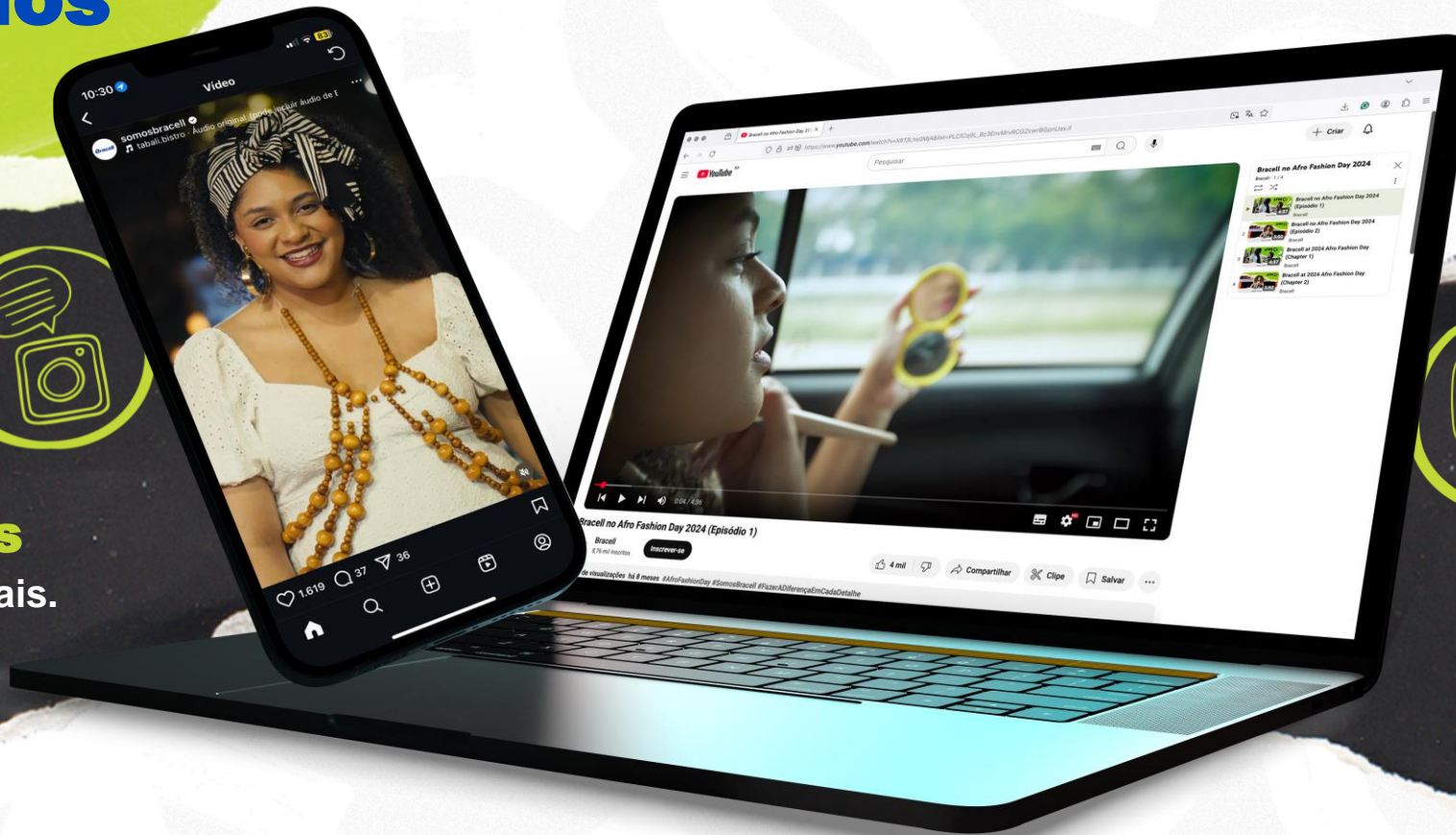
**MÍDIA PAGA:**  
R\$ 50.000,00

**LENÇOS DE VISCOSE PARA  
CONVIDADOS:** R\$ 20.000,00

**INVESTIMENTO TOTAL:**  
**R\$ 300.000,00**

# Resultados

Mais de  
**31 mil**  
interações  
nas redes sociais.



Mais de  
**4,4 milhões**  
de views  
sendo **1,9 milhão**  
apenas no YouTube.



Reforço da  
**presença da Bracell**  
como agente de transformação social e cultural  
na Bahia e no Brasil.

**Bracell**

# Resultados

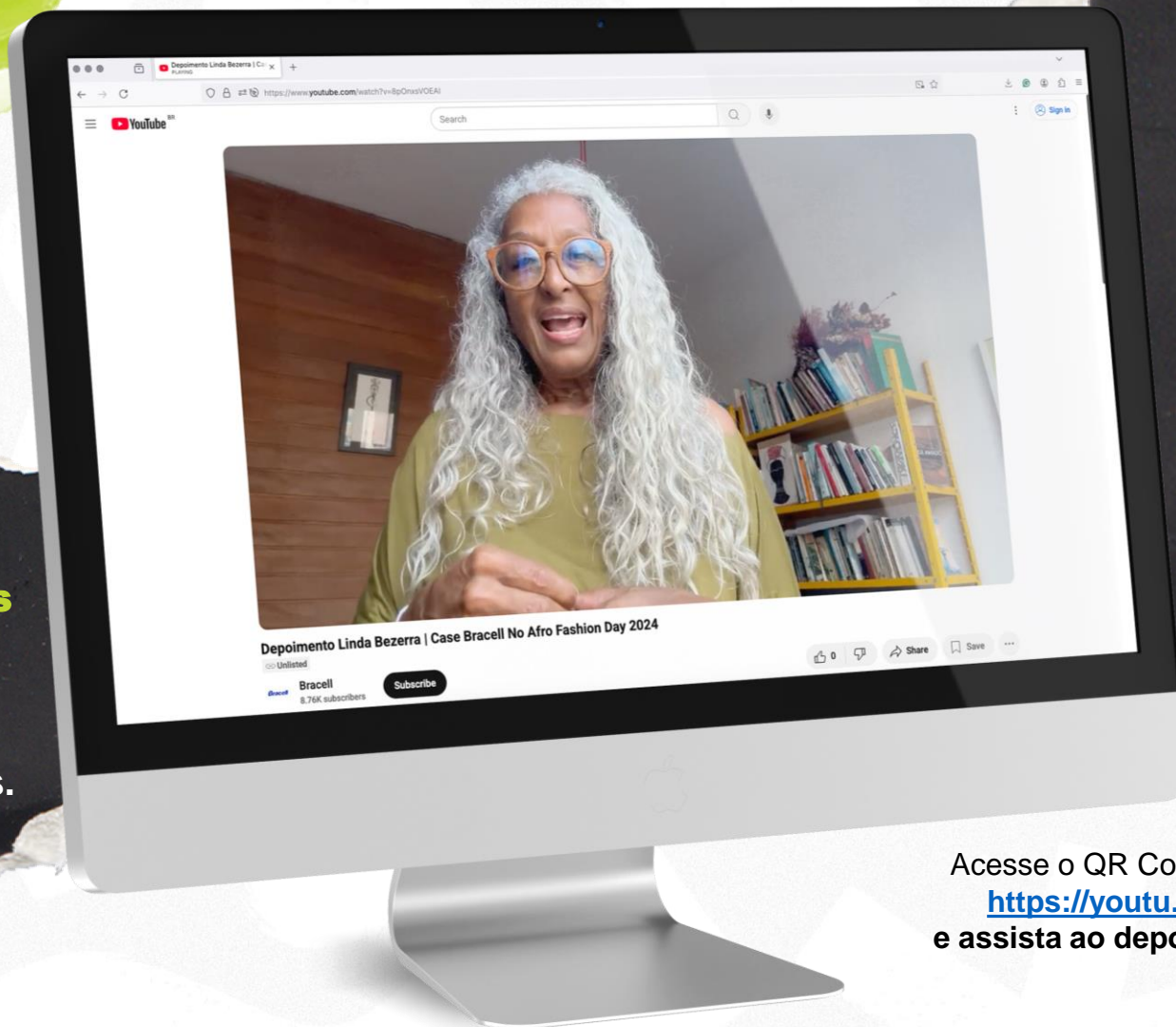


**233** publicações  
em veículos de imprensa  
e **9,23 milhões**  
de Alcance Total.



# Resultados

**Fortalecimento da relação com lideranças negras e expansão do sentimento de pertencimento entre colaboradores.**



***“É o tipo de trabalho que emociona, porque os propósitos se unem.”***

**Linda Bezerra,**  
editora-chefe do Jornal Correio e uma das idealizadoras do Afro Fashion Day.



Acesse o QR Code ao lado ou o link <https://youtu.be/8pOnxsVOEAI> e assista ao depoimento completo.

**Bracell**

# Resultados

**Fortalecimento da relação com lideranças negras** e expansão do sentimento de pertencimento entre colaboradores.



***“Eu, como mulher negra, quilombola, sinto orgulho da Bracell por esse trabalho de valorização da cultura negra.”***

**Valcineide Santana**, moradora da comunidade quilombola Cangula, de Alagoinhas (BA), em depoimento sobre a participação da Bracell no AFD 2024.

Acesse o QR Code ou o link <https://youtube.com/shorts/8rOTaHKKj2U> e assista ao depoimento completo.



# Resultados

Fortalecimento da relação com lideranças negras e **expansão do sentimento de pertencimento entre colaboradores.**



***“Ver que a Bracell tem patrocinado ações como o Afro Fashion Day me enche de orgulho. (...) Mostra essa jornada que a empresa tem trilhado em D&I.”***

**Fernanda Santos**, líder do Grupo de Raça da Bracell na Bahia, em depoimento sobre a participação da Bracell no AFD 2024.

Acesse o QR Code ou o link <https://youtube.com/shorts/eIChAJzbd8> e assista ao depoimento completo.



**Bracell**



## Bônus: o Look

A viscose é um tecido sustentável produzido a partir de fontes renováveis, florestas plantadas de eucalipto que absorvem carbono. De caimento leve e toque suave, o tecido pode ser incorporado a *looks* de alta costura, sobretudo para dar movimento às peças. O **look criado pelo estilista Filipe Dias e desfilado pela modelo Yasmin Lima** brilhou na passarela, com maciez, elegância e ousadia.

BRACELL NO

**AFRO**

FASHION DAY

A black teardrop-shaped graphic containing the number '10' in white, with a white asterisk inside the zero, and the word 'anos' in white cursive script below it.

A participação da Bracell no Afro Fashion Day 2024 é exemplo de como **diversidade, comunicação e propósito podem se encontrar de forma autêntica**. Ao integrar responsabilidade social, estratégia de marca e protagonismo negro, o projeto alcançou resultados relevantes e ampliou a força institucional da companhia na agenda de **Diversidade e Inclusão**.