

DA PUBLICIDADE AO JOGO: UMA PROPOSTA EXTENSIONISTA CONTRA O RACISMO ESTÉTICO

RAIANE RODRIGUES DE SOUZA¹; ÁGATHA DA LUZ AMARO²; ANA AMÉLIA SOARES MOTA³; JENNIFER MORAIS VIEIRA⁴; KATARINE KARR⁵; VALENTINA FRANCILIO BARBOSA⁶

¹Universidade Federal de Pelotas - raiane.rsouza0320@gmail.com;

²Universidade Federal de Pelotas - agathalamaro07@gmail.com;

³Universidade Federal de Pelotas - anaameliasoaresmota@gmail.com;

⁴Universidade Federal de Pelotas - vieirajennifer890@gmail.com;

⁵Universidade Federal de Pelotas - katarinekarr1@gmail.com;

⁶Universidade Federal do Rio Grande do Sul - valentina.barbosa@ufrgs.br.

1. INTRODUÇÃO

O presente estudo, desenvolvido no curso de graduação em Direito da Universidade Federal de Pelotas, analisa o racismo estético como mecanismo de dominação nas relações profissionais e de consumo, a partir da imposição de padrões de beleza excludentes. Para tanto, realiza-se pesquisa sociojurídica empírica baseada em uma publicidade de 1959 de um produto alisador de cabelos, cuja mensagem transmitia a ideia de que cabelos crespos, tidos como “rebeldes”, seriam um problema a ser eliminado.

A partir desse referencial, busca-se evidenciar como a publicidade, enquanto instrumento de difusão de valores socioculturais, contribuiu para estigmatizar a identidade da mulher negra, determinando não apenas sua percepção social, mas também a forma como ela passa a se reconhecer. Nesse processo, consolidou-se a naturalização da representação de personagens brancos como símbolos de sucesso e beleza, relegando mulheres negras a papéis limitados e pontuais, o que reforça desigualdades raciais e a hegemonia branca nas relações de consumo (CAMPOS; FÉLIX; FERES, 2023).

Sob essa perspectiva, compreende-se a branquitude como estrutura de poder que sustenta privilégios e desigualdades raciais (BENTO, 2022). O estudo articula pesquisa e extensão, buscando instigar o pensamento crítico, especialmente entre a juventude, de modo a refletir sobre a necessidade de romper com estigmas estéticos e raciais discriminatórios ainda presentes na sociedade contemporânea, utilizando o direito como instrumento de transformação social. Ademais, a extensão possibilita deslocar o eixo docente-aluno à aluno-comunidade (CORRÊA, 2003), e ainda aumentar o engajamento social e desenvolver cidadania dos discentes, enquanto qualificam-se profissionalmente através da interação com a sociedade (COELHO, 2014).

2. METODOLOGIA

O presente projeto de pesquisa e extensão adota, entre suas abordagens metodológicas, a análise documental, a pesquisa bibliográfica e a análise de imagem, de modo a investigar como o racismo estético se manifesta na publicidade. O estudo toma como referência central a campanha “Hené Alemão”, de 1959, analisando-a em diálogo com marcos normativos e teóricos sobre consumo, publicidade e relações raciais.

A análise documental concentra-se tanto na publicidade “Hené Alemão” (1959) quanto em decisões do CONAR proferidas entre 2011 e 2020 em casos envolvendo racismo. A pesquisa bibliográfica fornece a sustentação teórica, incorporando, entre outros, a História do Presente de Michel Foucault (GARLAND, 2014), utilizada como orientação metodológica para analisar como conflitos e relações de poder do passado moldam a realidade atual. Por fim, o método de análise de imagem, será conduzido com base nas etapas de pré-iconográfica, iconografia e iconologia (HENNING; WOLKMER, 2017).

Destaca-se, ainda, a relevância da esfera de extensão para o projeto, que prevê a aplicação de um jogo pedagógico junto a estudantes do ensino médio, atualmente em fase de desenvolvimento e testagem. A dinâmica será realizada em grupos, aos quais serão distribuídas peças publicitárias de caráter abusivo ou discriminatório, com a tarefa de identificar seus problemas em um tempo limitado. O grupo vencedor assumirá o papel de avaliador da recriação proposta pelo grupo adversário, utilizando como parâmetros os princípios do CONAR e os dispositivos do Código de Defesa do Consumidor (CDC). Ao final da atividade, será aplicado um questionário avaliativo, destinado a verificar a compreensão e a assimilação dos conceitos trabalhados pelos participantes.

A execução dessa metodologia justifica-se pela necessidade de desconstruir concepções discriminatórias e estimular, de forma dinâmica e crítica, a reflexão dos adolescentes sobre o consumo de informações e conteúdos publicitários. Por meio da análise de peças de caráter abusivo, os estudantes são incentivados a identificar práticas comunicacionais que violam princípios éticos, morais e legais. A atividade contribui para a conscientização sobre os direitos do consumidor, abordando dispositivos do Código de Defesa do Consumidor (CDC) e princípios do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR). Ademais, possibilita compreender como determinadas mensagens publicitárias podem reproduzir preconceitos, perpetuar estereótipos, promover discriminações ou induzir o consumidor ao erro.

3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

O projeto concluiu a fase de pesquisa bibliográfica e análise documental, de modo que a equipe já desenvolveu o jogo e se encontra em processo de aplicação junto ao público-alvo. Ainda que a aplicação efetiva não tenha ocorrido até o momento, é possível antever impactos significativos. A principal expectativa é que a dinâmica estimule nos participantes uma postura crítica diante das mensagens publicitárias, permitindo a identificação de elementos discriminatórios, abusivos ou enganosos. Busca-se, sobretudo, que os estudantes, ao interagir com a atividade, reflitam sobre padrões de beleza historicamente excludentes, construídos a partir do racismo estético, e compreendam de que modo a publicidade contribui para a reprodução de desigualdades sociais.

Paralelamente, o próprio processo de desenvolvimento do projeto já gerou impactos na trajetória acadêmica e pessoal da equipe, ao estimular reflexões sobre o papel do Direito como instrumento de transformação social. Essa experiência permitiu consolidar competências voltadas ao enfrentamento de práticas discriminatórias e fortalecer habilidades relevantes para a vida acadêmica, social e profissional.

Nessa perspectiva, a branquitude não deve ser entendida apenas como uma identidade racial, mas sim como uma estrutura de privilégios que sustenta e reproduz desigualdades (BENTO, 2022). Assim, espera-se que o jogo possibilite

aos jovens questionar tais estruturas, favorecendo a formação de uma consciência crítica diante das mensagens veiculadas pela publicidade e pela mídia em geral.

4. CONSIDERAÇÕES

Conclui-se, ainda, que a pesquisa já se revela de grande valia, sendo a sua articulação com a extensão o que verdadeiramente fortalece o sentido da universidade, ao tornar os saberes produzidos mais vivos, compartilhados e socialmente transformadores. Assim, para além da produção de uma teoria crítica no âmbito da pesquisa em Direito, o presente trabalho busca ultrapassar a esfera acadêmica, promovendo a transformação da percepção coletiva e atribuindo sentido social de construção coletiva ao jurídico.

Desse modo, a experiência não apenas amplia o debate acerca das interseções entre consumo, direito e representações sociais, mas também reafirma o compromisso da universidade com a construção de uma sociedade mais justa, plural e sensível às desigualdades. Entende-se que, ao aliar pesquisa e extensão, busca-se, especialmente, consolidar a universidade como espaço de escuta atenta à comunidade, capaz de promover um Direito antidiscriminatório, comprometido com a resposta às demandas sociais e representativo de um verdadeiro exercício de cidadania (COELHO, 2014).

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENTO, C. **O pacto da branquitude**. Companhia das letras, 2022.

CAMPOS, L. A.; FELIX, M.; FERES JR., J. A família margarina recebe visitas: branquitude e publicidade em cinco décadas (1968–2017). **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 38, n. 111, p. 1-18, 2023.

CORRÊA, E. J. Extensão universitária, política institucional e inclusão social. **Revista Brasileira de Extensão Universitária**, Chapecó, v. 1, n. 1, p. 12-15, 2003.

COELHO, G. C. O papel pedagógico da extensão universitária. **Revista Em Extensão**, v. 13, n. 2, p. 11-24, 2014.

FOUCAULT, M. O que é a crítica? Conferência proferida em 27 de maio de 1978. Tradução de Gabriela Lafetá Borges. p. 1-29.

GARLAND, D. O que significa escrever uma “história do presente”? A abordagem genealógica de Foucault explicada. Tradução de Leandro Ayres França. **Revista Justiça e Sistema Criminal**, Curitiba, v. 6, n. 10, p. 73-96, jan./jun. 2014.

WOLKMER, A. C.; HENNING, A. C. C. Aportes saadianos para um direito (des)colonial: sobre iconologias de revoluções e odaliscas. **Sequência: Estudos Jurídicos e Políticos**, Florianópolis, n. 77, p. 51-88, 2017.