

# Abraçando a diversidade e a inclusão

O PAPEL DOS SHOPPING CENTERS NA PROMOÇÃO DE ESPAÇOS MAIS INCLUSIVOS E LIVRES DE DISCRIMINAÇÃO



Co-realização:

Colaboração:

Realização:



# Abraçando a diversidade e a inclusão

O PAPEL DOS SHOPPING CENTERS NA PROMOÇÃO DE  
ESPAÇOS MAIS INCLUSIVOS E LIVRES DE DISCRIMINAÇÃO





# Sumário

<b>APRESENTAÇÃO</b>	<b>5</b>
<b>OBJETIVOS</b>	<b>7</b>
<b>CONCEITO DE DIVERSIDADE</b>	<b>7</b>
<b>CONCEITO DE INCLUSÃO</b>	<b>7</b>
<b>EXEMPLOS DE DIVERSIDADE</b>	<b>8</b>
<b>DIVERSIDADE ÉTNICO-RACIAL</b>	<b>9</b>
<b>PESSOA COM DEFICIÊNCIA (PCD)</b>	<b>14</b>
<b>ORIENTAÇÃO SEXUAL E AFETIVA</b>	<b>19</b>
<b>IDENTIDADE E EXPRESSÃO DE GÊNERO</b>	<b>26</b>
<b>DIVERSIDADE CULTURAL</b>	<b>32</b>
<b>DIVERSIDADE RELIGIOSA</b>	<b>35</b>
<b>DIVERSIDADE ESTÉTICA</b>	<b>38</b>
<b>LEGISLAÇÃO</b>	<b>41</b>
<b>RECOMENDAÇÕES PARA O SHOPPING ABRAÇAR A DIVERSIDADE E A INCLUSÃO</b>	<b>45</b>
<b>CRISE DE IMAGEM</b>	<b>51</b>
<b>TERMOS LIGADOS À DIVERSIDADE E INCLUSÃO</b>	<b>55</b>
<b>DATAS IMPORTANTES</b>	<b>61</b>
<b>CONSULTORIA MAIS DIVERSIDADE</b>	<b>68</b>
<b>AGRADECIMENTOS</b>	<b>69</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>70</b>
<b>SITES E PUBLICAÇÕES</b>	<b>73</b>
<b>FICHA TÉCNICA</b>	<b>75</b>

**Todos os  
seres humanos  
nascem livres  
e iguais em  
dignidade  
e em direitos**



\*Declaração Universal dos Direitos Humanos





# Apresentação

Diversidade não é apenas uma palavra que está na moda, mas um fenômeno da nossa existência. A diversidade remete à pluralidade das pessoas e a busca pela equidade de oportunidades entre os diferentes seres humanos, em todos os sentidos: equidade entre brancos e negros, homens e mulheres, pessoas heterossexuais e LGBTI+, pessoas sem e com deficiências, com diferenças de idades, religião, peso, escolaridade, aparência, classe social e assim por diante. Por isso é fundamental trabalhar “Diversidade” e “Inclusão” de maneira conjunta.

Cada indivíduo tem suas características próprias, distintas uma das outras, que definem nossas identidades e isso torna cada um de nós únicos. Somos indivíduos geneticamente exclusivos no mundo em que vivemos. Ser insultado, agredido, desvalorizado ou tratado como alguém invisível e intruso por causa de características físicas, sociais, psicológicas, culturais etc. nos espaços públicos, local de trabalho ou de consumo e lazer cria um ambiente desrespeitoso, indesejável, hostil e alienante, o oposto de tolerância ao próximo e de incentivo à diversidade.

A Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce) representa cerca de 400 empreendimentos - entre shopping centers e outlets - que recebem juntos, mensalmente, 340 milhões de pessoas em uma diversidade de origens, credos, etnia, gêneros, orientação sexual, características físicas, idades, formação cultural, expectativas, comportamentos, entre outras singularidades.

Promover a diversidade nos shopping centers significa primeiramente exercer a cidadania, e, também, criar espaços livres de discriminação a todas as pessoas. Além disso, acreditamos que a promoção de um ambiente diverso potencializa a inovação: pessoas diferentes trabalhando em

conjunto têm mais possibilidades de produzirem ideias diferentes, inovadoras, que não são alcançadas por pessoas homogêneas, que pensam de maneira semelhante e possuem o mesmo repertório de vida, por exemplo. Nesse sentido, é importante que o nosso setor continue desenvolvendo cada vez mais ações de inclusão e valorização da diversidade dentro dos shoppings, tratando todos com igual respeito, a fim de tornar o ambiente ainda mais saudável para todos os consumidores.

O combate às diferentes formas de discriminação deve ser um compromisso individual de todos na luta pelo respeito e pela igualdade. Quando olhamos para o funcionamento de um empreendimento como um shopping center, o ideal é que esse seja sempre um ponto de atenção, principalmente, entre funcionários, lojistas e prestadores de serviços, que estão em contato direto com o público nestes espaços. Assim, será possível continuarmos transmitindo valores de respeito e valorização à sociedade como um todo.

O assunto da diversidade sempre foi importante para a Abrasce e no ano em que a entidade completa 45 anos de história, estamos lançando este material para sensibilizar e incentivar nossos associados a assumirem o compromisso de abraçar ainda mais a riqueza da diversidade e da inclusão, sendo verdadeiros agentes de transformação da realidade em que estão inseridos, com o objetivo de construir uma sociedade mais justa, diversa e inclusiva.

Este movimento de incentivo e valorização para um ambiente mais múltiplo e respeitoso da Abrasce é suportado pela consultoria Mais Diversidade, co-realizadora dessa cartilha; Aliança Nacional LGBTI+; Associação Nacional de Travestis e Transexuais (ANTRA) e Associação Brasileira de Famílias Homotransafetivas (ABRAFH), entidades colaboradoras deste material. Nossos profundos agradecimentos a estes parceiros pelo comprometimento em oferecer um conteúdo de qualidade para esta cartilha e, também, pelo trabalho desenvolvido em prol da defesa e valorização da diversidade e da inclusão junto a diferentes públicos.

Glauco Humai  
Presidente da Abrasce



## Objetivos


- Compartilhar conceitos e definições atualizados de modo a permitir um melhor entendimento e compreensão sobre a diversidade;
- Estimular ainda mais o desenvolvimento de ações que visem à valorização e ao respeito à diversidade humana;
- Fornecer recomendações e orientações para que os shopping centers continuem promovendo ambientes seguros, diversos, dignos e inclusivos aos frequentadores;
- Estabelecer compromissos que reforcem as ações e condutas em relação ao tema da diversidade nos shopping centers;
- Estimular a criação de ambientes cada vez mais inclusivos.

## Conceito de Diversidade

A diversidade pode ser entendida como o conjunto de diferenças e valores compartilhados entre seres humanos de culturas e aspectos diferentes no decorrer da vida social. É a convivência dos diferentes com suas diferenças. Maria Tereza Leme Fleury, mestre e doutora no assunto, conceitua a diversidade como um mix de pessoas com identidades diferentes, interagindo no mesmo sistema social.

## Conceito de Inclusão

A inclusão é um passo além da diversidade para que todos possam desempenhar o seu maior potencial. De uma maneira mais prática, segundo Verna Myers, consultora de diversidade e inclusão para empresas, a diversidade é “convidar para a festa” e a inclusão “chamar pra dançar”.



# A diversidade e inclusão precisam ser reconhecidas como algo benéfico e produtivo para uma empresa ou organização.

Ao longo deste material, abordaremos com mais detalhes alguns exemplos de diversidade. Certamente existem outros exemplos, igualmente relevantes, por isso é fundamental aprofundar seus conhecimentos acerca do tema não apenas para atender às legislações vigentes, mas para criar mecanismos que favoreçam e valorizem ambientes mais diversos e inclusivos.

## **Exemplos de diversidade:**

**DIVERSIDADE ÉTNICO-RACIAL**

**PESSOAS COM DEFICIÊNCIA (PCD)**

**ORIENTAÇÃO SEXUAL E AFETIVA**

**IDENTIDADE E EXPRESSÃO DE GÊNERO**

**DIVERSIDADE CULTURAL**

**DIVERSIDADE RELIGIOSA**

**DIVERSIDADE ESTÉTICA**



# Diversidade Étnico-racial



O Brasil é um país com grande diversidade étnico-racial. A população brasileira é composta da miscigenação de vários povos que, juntos, formaram uma nova identidade cultural.

A diversidade étnico-racial diz respeito à característica declarada pelas pessoas de acordo com suas origens: branca, negra (preta e parda), amarela, indígena, judeu etc. Especificamente sobre a questão negra, de acordo com o último censo realizado pelo IBGE (2010), 56% da população brasileira se autodeclara preta e parda, representando a maioria da população brasileira. Essa representatividade, porém, não é normalmente vista nas empresas brasileiras.

O sentido de diversidade étnico-racial vai para além das diferenças na cor da pele e traços fisionômicos, mas corresponde também à raiz cultural baseada nas características herdadas dos seus ancestrais, agregadas ao seu pertencimento histórico e cultural.

**O termo etnia é derivado do grego ethnikos, adjetivo de ethos, e se refere a povo, nação**



## Tipos de racismo

### **PRECONCEITO E DISCRIMINAÇÃO RACIAL OU CRIME DE ÓDIO RACIAL**

Forma direta de racismo onde um indivíduo ou grupo manifesta-se de forma violenta, física ou verbalmente, contra outros indivíduos ou grupos por conta da etnia, raça ou cor, bem como a negação ao acesso de serviços básicos (ou não) e a locais pelos mesmos motivos.

### **RACISMO INSTITUCIONAL**

Forma menos direta de racismo onde a manifestação de preconceito acontece por parte de instituições públicas ou privadas, do Estado e das leis que, de forma indireta, promovem a exclusão ou o preconceito racial.

### **RACISMO ESTRUTURAL**

De maneira ainda mais branda e por muito tempo imperceptível, trata-se de práticas, hábitos, situações e falas incorporados em nossos costumes e que promovem, direta ou indiretamente, a segregação, o distanciamento ou o preconceito racial. Podemos tomar como exemplos duas situações:

1. A dificuldade de acesso de negros e indígenas a locais que foram, por muito tempo, espaços exclusivos da elite, como universidades.
2. Falas e hábitos pejorativos que promovem a exclusão e o preconceito mesmo que indiretamente. Essa forma de racismo manifesta-se quando usamos expressões racistas, como a palavra “denegrir” (possui na raiz o significado de “tornar negro”, como algo maldoso e ofensivo, “manchando” uma reputação antes “limpa”), quando fazemos piadas que associam negros e indígenas a situações vexatórias, degradantes ou criminosas ou ainda quando desconfiamos da índole de alguém por sua cor de pele.

Outra forma de racismo estrutural muito praticado, mesmo sem intenção ofensiva, é a adoção de eufemismos para se referir a negros ou pretos, como as palavras “moreno” e “pessoa de cor”. Essa atitude evidencia um desconforto das pessoas, em geral, ao utilizar as palavras “negro” ou “preto”, porém, ser negro ou preto não é motivo de vergonha, pelo contrário, deve ser encarado como motivo de orgulho, o que derruba a necessidade de se “suavizar” as denominações étnicas com eufemismos.

**A Convenção Internacional sobre a Eliminação de todas as Formas de Discriminação Racial, de 1966, considera discriminação racial como sendo: [...] qualquer distinção, exclusão, restrição ou preferência baseada em raça, cor, descendência ou origem nacional ou étnica que tem por objetivo ou efeito anular ou restringir o reconhecimento, gozo ou exercício num mesmo plano (em igualdade de condição) de direitos humanos no domínio político, social, cultural ou em qualquer outro domínio da vida pública (Art. 1º).**

## Assuma o compromisso

Mostre respeito na mesma medida em qualquer atendimento ou abordagem. Respeito é fundamental em todas as relações pessoais. Aja com a cortesia e a naturalidade que todos merecem.

Em situações que envolvam pessoas afrodescendentes ou de diferentes etnias, nunca utilize expressões pejorativas como: “baianada”, “goianada”, “cabeça chata”, “crioulo”, “judiar”, “apesar de ser preto, é gente boa”, “é negro, mas tem um grande coração”, “a coisa ficou preta”, “preto de alma branca”, “samba do crioulo doido”, “cabelo ruim”, “denegrir”, “cor do pecado”, “isso é coisa de preto”, “caipira”. Essas e outras expressões atribuem às pessoas de diversidade étnico-racial características depreciativas, como algo ruim ou de menor valor que são internalizadas nos usos e costumes cotidianos.

Para ampliar as discussões sobre o assunto, realize campanhas de conscientização, exposições ou eventos em datas comemorativas com a temática de diversidade étnico-racial.

Promova a diversidade étnico-racial em sua organização, com programas de diversidade, aumentando e incentivando, por exemplo, a contratação destas pessoas.

## Ações para se inspirar\*

### EXPOSIÇÃO FOTOGRÁFICA

Que tal realizar uma exposição fotográfica para celebrar o mês da Consciência Negra? O shopping pode expor fotografias de pessoas pretas, juntamente com relatos de suas histórias.

Um bom complemento para essa ação seria escolher um artista/fotógrafo negro para evidenciar ainda mais essa questão.

### FEIRA DE ARTESANATO

Reunir produtos confeccionados por comunidades indígenas e quilombolas é uma boa iniciativa. Além de contribuir com a divulgação do trabalho dessas pessoas, a feira pode, também, promover apresentações culturais dessas comunidades.

### CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS

O shopping pode diversificar ainda mais suas campanhas publicitárias nos seus canais de comunicação incluindo nas peças diferentes tipos de pessoas, valorizando a diversidade étnico-racial e promovendo a representatividade.

\*As sugestões de eventos neste material são atemporais, entretanto, se tais ações forem realizadas no período de pandemia, os shoppings devem se atentar para todos os protocolos e medidas de segurança e higiene.



# Pessoa com Deficiência (PcD)



Não é o limite individual que determina a deficiência, mas sim as barreiras existentes em seu meio, estejam elas nas atitudes das pessoas, na arquitetura, no transporte, na circulação, na comunicação, na discriminação e na falta de acesso a bens e serviços.

Segundo a Convenção das Nações Unidas de 2006, pessoas com deficiência são aquelas que têm impedimentos de natureza física, intelectual ou sensorial, os quais, em interação com diversas barreiras, podem obstruir sua participação plena e efetiva na sociedade com as demais pessoas.

## Tipos de Deficiência

### **DEFICIÊNCIA FÍSICA**

Alteração completa ou parcial de uma ou mais partes do corpo humano, acarretando o comprometimento da função física.

### **DEFICIÊNCIA AUDITIVA**

Perda bilateral, parcial ou total da audição.

### **DEFICIÊNCIA VISUAL**

Incapacidade ou dificuldades permanentes (grandes ou menores) de enxergar.

### **DEFICIÊNCIA INTELECTUAL**

Funcionamento intelectual significativamente inferior à média com limitações associadas a duas ou mais áreas de habilidades adaptativas, tais como: comunicação; cuidado pessoal; habilidades sociais e acadêmicas, saúde e segurança; lazer; e trabalho.

### **DEFICIÊNCIA MÚLTIPLA**

Associação de duas ou mais deficiências.

**Esteja disponível ao cliente, sem exagerar nos cuidados. Tão errado como não perceber uma pessoa com deficiência é errar na dose de atenção dispensada a ela. Na dúvida, pergunte se a pessoa com deficiência precisa de ajuda.**

**Deficiência não é defeito!  
Limitações permanentes não significam incapacidade.**

## **Assuma o compromisso**

O compromisso de respeitar e valorizar pessoas com deficiência não deve ser assumido apenas para o cumprimento de leis, decretos e regulamentações, mas sim para mostrar que pessoas com deficiência são bem-vindas nos centros de compras enquanto funcionários, frequentadores ou consumidores, e para que elas se sintam incluídas sem que enfrentem barreiras e preconceitos.

Em situações que envolvam mais de uma pessoa em que uma delas seja uma pessoa com deficiência e as demais não, refira-se a estas como pessoa sem deficiência e nunca como “normal”.

Tem dúvida sobre como chamar uma pessoa com deficiência? Pergunte o nome dela ou dele. Todas as pessoas com deficiência têm nome e gostam de ser chamadas por ele.



Nunca se refira a pessoas com nanismo utilizando termos no diminutivo como “pequeninha”, “homenzinho”, “pequenina”, “anãozinho”, “amiguinho” etc.

Quando falamos em acessibilidade, é comum lembrarmos do elevador, da rampa, piso tátil, sinalização adequada para surdos, vaga preferencial etc. Entretanto, geralmente esquecemos de acessibilidades para pessoas com nanismo (homem com até 1,45cm de altura e mulher com menos de 1,40cm).

A atenção dada a pessoas sem deficiência é a mesma que precisa ser oferecida a pessoas com deficiência, porém esteja sempre aberto a ouvir mais do que falar e espere que a pessoa com deficiência dê o primeiro passo, depois da sua saudação: “Olá, como vai? Em que posso ajudá-lo?”.

Defina e divulgue os princípios que traduzam os valores defendidos pelo estabelecimento para atender igualmente bem a todos os perfis de frequentadores e consumidores.

Realize treinamentos periódicos com todos os funcionários sobre como lidar com pessoas com deficiência em diferentes situações. Se necessário, contrate uma consultoria especializada.

Atenção também para acessibilidade na internet. O site do shopping e outros aparatos tecnológicos, como aplicativos e canais de venda, são acessíveis para pessoas com deficiência visual, auditiva e mobilidade reduzida, por exemplo?

**A Abrasce possui o Guia de Orientações Acessibilidade\* que visa auxiliar seus associados acerca das principais regras e normas vigentes que envolvem a acessibilidade e mobilidade de pessoas com deficiência nos shopping centers.**

\*material disponível para associados no item Publicações na área restrita do site da Abrasce.

## Não erre!

Não se usa mais a palavra 'aleijado' para designar pessoas com deficiência. A palavra ganhou um sentido pejorativo, que servia para alimentar preconceito e desinformação. Outras formas também deixaram de ser usadas, como pessoas especiais, pessoas com necessidades especiais e portadores de necessidades especiais. O termo correto é Pessoa com Deficiência (PcD).

## Ações para se inspirar\*

### NATAL

Por que não um Papai Noel e seus ajudantes com deficiência? Além de ampliar o olhar de crianças e adultos, essa iniciativa vai proporcionar maior acolhimento e identificação para as crianças com deficiência e seus familiares.

### EVENTO

Promova uma Semana Nacional da Pessoa com Deficiência Intelectual e Múltipla com diversas atividades: palestras, brincadeiras, exposições etc.

### DECORAÇÃO ACESSÍVEL

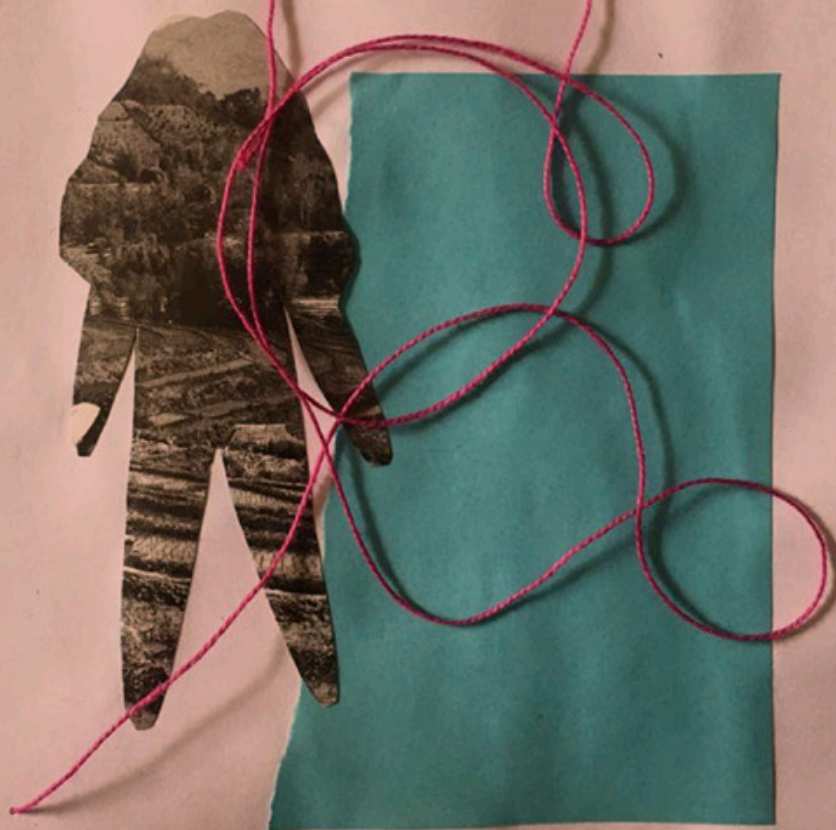
Que tal fazer decoração com elementos táteis para pessoas com deficiência visual? O shopping também pode estilizar os elevadores acessíveis para pessoas com deficiência.

### HORÁRIO DE ABERTURA

Em determinadas datas comemorativas, quando se espera um grande número de visitantes, o shopping pode antecipar o seu horário de abertura para atender, exclusivamente, crianças com deficiência intelectual e Transtorno do Espectro do Autismo e seus familiares. Elas geralmente precisam de um ambiente com poucas pessoas e sem barulho para se sentirem mais à vontade e aproveitarem o passeio.

\*As sugestões de eventos neste material são atemporais, entretanto, se tais ações forem realizadas no período de pandemia, os shoppings devem se atentar para todos os protocolos e medidas de segurança e higiene.

# Orientação Sexual e Afetiva





A orientação sexual refere-se à capacidade de cada pessoa de ter atração emocional, afetiva ou sexual por indivíduos de gênero diferente, do mesmo gênero ou de mais de um gênero, assim como ter relações íntimas e sexuais com essas pessoas.

Em termos gerais, há três orientações sexuais preponderantes: afeto ou atração sexual pelo mesmo sexo/gênero (homossexualidade), pelo sexo/gênero oposto (heterossexualidade) ou pelos dois sexos/gêneros (bissexualidade). Estudos demonstram que os seres humanos são sexualmente orientados para diversas direções, independentemente de quererem ou não, portanto, as características da orientação sexual variam de pessoa a pessoa.

**Gênero: termo usado para distinguir a dimensão biológica (macho, fêmea, intersexual) da dimensão social, levando em consideração que a maneira de ser homem e de ser mulher é realizada pela cultura. Sendo assim, gênero significa que homens e mulheres são produtos da realidade social e não somente decorrência da anatomia de seus corpos.**

# Entendendo conceitos

## Expressão de Gênero

É como a pessoa se manifesta publicamente por meio do seu nome, da vestimenta, do corte de cabelo etc. Alguns exemplos: feminino, masculino, andrógino.

## Sexo Biológico

É a classificação que diz respeito às características biológicas (sexuais) que a pessoa tem ao nascer, com base na genitália, padrão de cromossomos, entre outros. Alguns exemplos: feminino, masculino e intersexo.



## Identidade de Gênero

É como reconhecemos o nosso gênero, que não necessariamente corresponde ao sexo biológico. Alguns exemplos: mulher (cis, trans e travesti), homem (cis e trans) e pessoas não-binárias (agênero, bingênero, gênero fluido). Saiba mais no capítulo seguinte.

## Orientação Romântica

É a atração romântica ou possibilidade de se apaixonar que uma pessoa pode sentir por outras. Não necessariamente envolve sexo, ou seja, não está relacionada diretamente com a orientação sexual. Alguns exemplos: heteroromântica, birromântica, aromântica.

## Orientação Sexual

É a atração sexual - involuntária e inerente - que uma pessoa sente por outras pessoas. Alguns exemplos: heterossexual, homossexual, bissexual, assexual.

# Assuma o compromisso

A orientação sexual de uma pessoa nunca deve ser um fator de exclusão, opressão ou julgamento em nenhuma situação. É importante estarmos atentos a como nos referimos às pessoas LGBT.

Não reproduza preconceitos. Retire termos e referências populares erradas do seu vocabulário:

Incorreto	Correto	Por quê?
GLS	LGBTI+	Para incluir o I de Intersexuais e usar o + como símbolo para outras orientações sexuais, identidades e expressões de gênero.
HERMAFRODITA	INTERSEXUAL	Abrange todas as condições de intersexualidade. A hermafrodita é apenas uma delas.
HOMOSSEXUALISMO	HOMOSSEXUALIDADE	Descarta a condição patológica (doença) do sufixo de origem grega 'ismo'
OPÇÃO SEXUAL	ORIENTAÇÃO SEXUAL	Exclui a capacidade avaliativa ("escolha") em relação à atração física e/ou afetiva
"O" TRAVESTI/TRAVECO	"A" TRAVESTI	Indica a identidade/expressão do gênero feminino que a travesti se identifica
MUDANÇA DE SEXO	READEQUAÇÃO DE SEXO E GÊNERO	A operação modifica o genital, e não o sexo ou o gênero da pessoa
FAMÍLIA HOMOSSEXUAL	FAMÍLIA HOMOAFETIVA OU TRANSAFETIVA	Foca no afeto entre os membros da família
PARCEIRO HOMOSSEXUAL E CASAL HOMOSSEXUAL	PARCEIRO E CASAL HOMOAFETIVO	Diminui a conotação pejorativa que se dava aos relacionamentos homossexuais
ASSEXUADO	ASSEXUAL	Elimina a conotação a seres unicelulares que se reproduzem por bipartição, os assexuados



Todas as pessoas têm o direito de expressar carinho em público. Isso não seria diferente para duas pessoas do mesmo sexo/gênero. Não é incomum ver casais heterossexuais andando de mãos dadas, trocando selinhos, abraçados na praça de alimentação, na fila do cinema, na porta de um restaurante etc. Por isso, é importante que os funcionários dos estabelecimentos estejam sempre atentos aos cuidados necessários na tratativa e abordagem com todas as pessoas frequentadoras.

Piadas que reforçam preconceitos nunca são saudáveis. Evite “brincadeiras” ligadas à orientação sexual. Você nunca sabe se quem está próximo é homossexual ou bissexual. Se presenciar alguma situação nesse sentido, você pode contribuir dialogando com a outra pessoa sobre o erro. Sua atitude pode ajudar a multiplicar bons comportamentos.

Além disso, pode ser bastante desagradável para algumas pessoas encontrar formulários que desconsiderem a diversidade familiar. Em eventos promocionais ou datas comerciais comemorativas, quando os shoppings fazem cadastros de clientes, é importante a disponibilização de formulários que contemplem todas as informações necessárias de maneira mais diversa e inclusiva possível, levando em consideração, por exemplo, pessoas não-binárias, ou seja, aquelas que transitam entre ambos os gêneros, e famílias formadas por casais do mesmo sexo, como é o caso de duas mães ou dois pais. Estes são detalhes que dizem muito sobre a preocupação de um estabelecimento comercial de garantir o respeito à diversidade.

Outra orientação é evitar demonstrar uma intimidade que não existe. Chamar um homossexual de “querida”, “amiga” ou mesmo termos comumente usados entre homossexuais pode deixar a outra pessoa desconfortável. Tal como todas as famílias, as famílias com pessoas LGBTI+ frequentam ambientes comerciais e shoppings com intenção de compra, lazer, descanso e entretenimento. No que tange ao convívio social, os desafios da população LGBTI+ são grandes e os shoppings têm um papel fundamental nesse processo.

Uma excelente forma de contribuir para a causa LGBTI+ é representar a diversidade familiar e os casais homoafetivos em cartazes, propagandas e peça de comunicação dos Dia dos Namorados, Dia dos Pais e Dia das Mães, por exemplo.



## Ações para se inspirar\*

### **EVENTO**

Uma boa ideia é realizar uma Semana LGBTI+ com palestras, desfile de moda, comunicação no mall, bate-papos e outras ações de impacto para dar visibilidade e apoio a este grupo de pessoas..

### **CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS**

Uma sugestão é o shopping incluir casais homo e/ou transafetivos na campanha publicitária para o Dia dos Namorados.

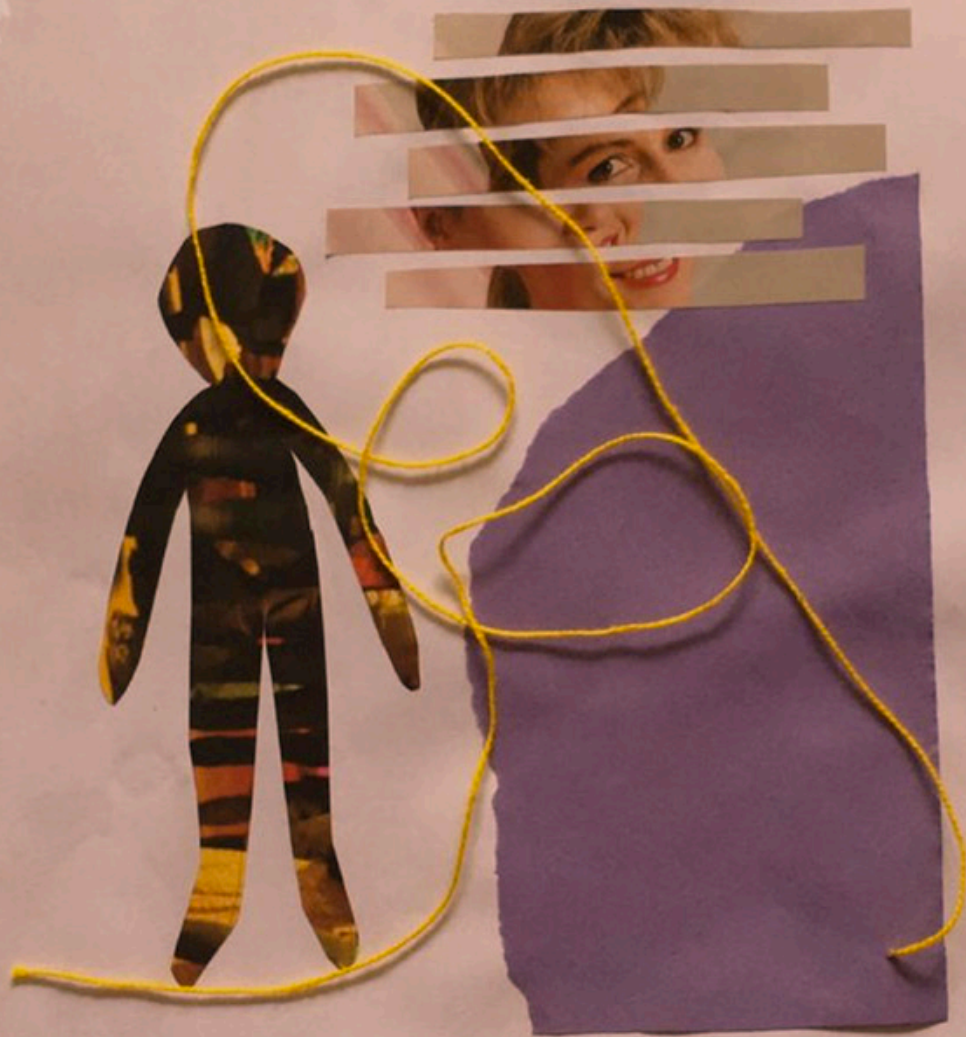
### **FAMÍLIAS**

Que tal desenvolver uma campanha que convida todos os tipos de família para visitarem o shopping? Mães e pais solos, diferentes tipos de famílias etc.

\*As sugestões de eventos neste material são atemporais, entretanto, se tais ações forem realizadas no período de pandemia, os shoppings devem se atentar para todos os protocolos e medidas de segurança e higiene.



# Identidade e Expressão de Gênero



**Identidade de gênero** é a experiência interna e individual da percepção que uma pessoa tem de si mesma ao se identificar como sendo do gênero masculino, feminino ou de alguma combinação dos dois, independentemente de sexo biológico identificado no nascimento.

A identidade de gênero diz respeito a como uma pessoa se sente em relação ao próprio gênero. Embora, como mencionado anteriormente, o masculino e o feminino sejam os mais reconhecidos, um indivíduo pode se identificar em outra “categoria” de gênero.

**Expressão de gênero** é como a pessoa se manifesta publicamente, por meio de todas as suas características (nome, vestimenta, comportamentos, voz e/ou características corporais etc.) e da forma como interage com as demais pessoas. A expressão de gênero da pessoa nem sempre corresponde ao seu sexo biológico.

### **CISGÊNERO**

Pessoa que se identifica, em todos os aspectos, com o gênero atribuído ao nascer. Nasceu com vagina e se identifica como mulher (gênero feminino) ou nasceu com pênis e se identifica como homem (gênero masculino).

### **TRANSGÊNERO**

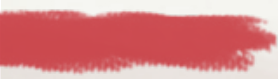
Pessoa que possui uma expressão de gênero que é diferente do sexo que lhe foi designado no nascimento. Transgênero inclui as pessoas que vivenciam uma expressão de gênero como: andrógina, não-binária, agênero, bigênero, etc. Mas, não implica necessariamente que essa pessoa tenha recebido algum tipo de acompanhamento hormonal (terapia de reposição hormonal).

### **TRANSEXUAL**

É a pessoa que busca ou passa por uma “transição” social e de gênero que incluem acompanhamentos hormonais ou cirúrgicos a fim de melhor assemelhar-se com o gênero desejado. (Ex: Mulheres e Homens Trans).

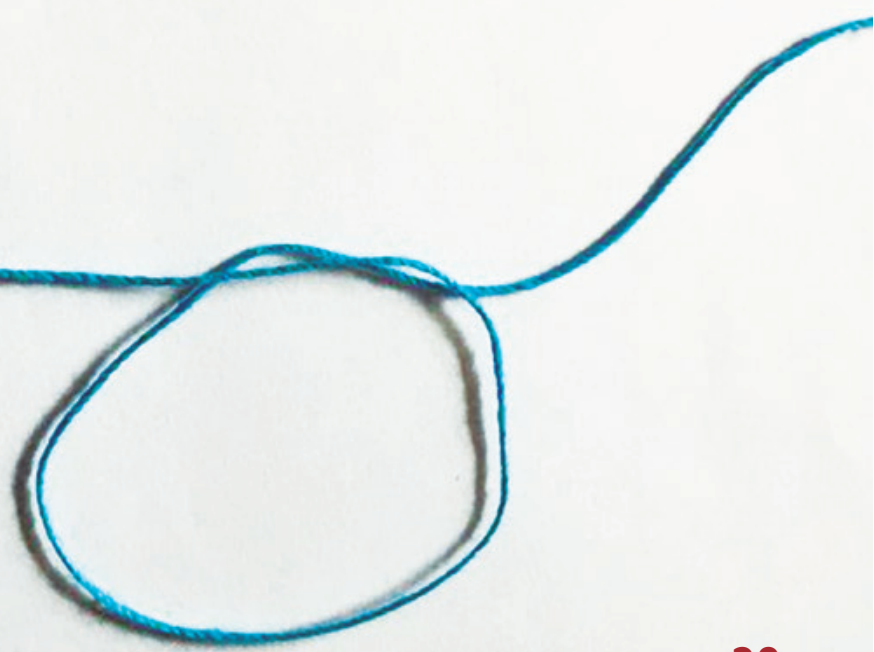
### **MULHER TRANS E TRAVESTI**

Pessoa que nasce com um sexo atribuído como masculino e tem identidade de gênero feminina, assumindo papéis de gênero diferentes daqueles impostos pela sociedade.



**Identidade de gênero é diferente de orientação sexual. Pessoas trans podem ter qualquer orientação sexual.**

**Independentemente de sexo, gênero, orientação sexual ou identidade/expressão de gênero, todos têm direito de manifestar seu amor, viver suas identidades e serem respeitados por isso.**





## Assuma o compromisso

O Brasil é o país que mais mata transexuais e travestis no mundo, de acordo com o Grupo Gay da Bahia, dificultando ainda mais a vida dessas pessoas. Após se perceberem de um gênero diferente do que lhes foi atribuído no nascimento, elas começam a enfrentar uma luta para viverem sua identidade.

Se uma pessoa se apresenta como João ou Maria é assim que ela ou ele quer ser chamado. O chamado *nome social* é aquele que uma pessoa usa para se apresentar diante de outras e, portanto, o nome pelo qual ela deverá ser chamada. Por isso é importante respeitar o nome social de pessoas trans e travestis independentemente do que está escrito no seu documento de identificação.

Nunca exponha o nome civil da pessoa ou seu documento a outras pessoas. Não sabe qual nome deve usar? Simples, basta perguntar como a pessoa deseja ser chamada. Esse desejo deve ser sempre respeitado em qualquer circunstância.

Na hora de se dirigir a uma pessoa, trate-a de acordo com o gênero que se apresenta. Caso tenha dúvidas ou não saiba identificar o gênero da pessoa, use o pronome **você**, que é, uma maneira neutra e que não evidencia o gênero.

A utilização dos banheiros também deve respeitar questões de gênero e identidade. Ou seja, mulheres (sejam elas cisgênero ou transexuais) deverão utilizar o banheiro feminino. Para os homens, a mesma regra. A proibição de utilização do banheiro por pessoas trans ou travestis violam a proteção da dignidade humana e o direito de liberdade sexual e de gênero.

Se algum frequentador se sentir incomodado ou reclamar, explique que os banheiros sociais do shopping respeitam a identidade de gênero das pessoas e que o empreendimento respeita e valoriza a diversidade humana.

Se você não souber se alguma situação é inapropriada, aplique as mesmas regras utilizadas para com heterossexuais cisgêneros. Tenha a certeza de que está tratando de maneira igual para poder responder com firmeza a qualquer acusação de discriminação.

Ainda hoje, as mulheres são vítimas de preconceito e assédio (sejam mulheres cis ou trans). É importante que o shopping seja um espaço seguro para as mulheres, livre de machismo e que também tenha seguranças mulheres para atender a qualquer tipo de ocorrência, se eventualmente necessário.

É importante que os eventos não sejam pautados por esteriótipos de gênero e que não desconsiderem a pluralidade de gostos e interesse da população. Muitos homens, independentemente da orientação sexual, apreciam eventos de moda e beleza, enquanto há mulheres que também podem se interessar por lutas ou futebol. Nestes casos, pense os eventos da forma mais plural possível.

No que diz respeito a promoções, é importante atentar-se para que estas não sejam discriminatórias ou excludentes. Listamos abaixo alguns exemplos que devem ser evitados.

**“Tire uma foto com o papai e a mamãe”** - E quando a criança tem dois pais ou duas mães? Muitas vezes, até mesmo a identidade visual é traduzida apenas com imagens de famílias heterossexuais, com pai e mãe.

**“Casal paga meia”** - Nessas ocasiões, é bastante comum um casal de homens ou de mulheres ser impedido de utilizar o benefício, pois “duas mulheres não formam um casal” ou “o custo de dois homens é maior e não está no cálculo da promoção”.

**“Aqui mulher paga metade do preço”, “homens não entram desacompanhados” ou “mulheres grátis até 22h”** – Esses tipos de promoção são típicos de estabelecimentos que abraçam estratégias comerciais declaradamente excludentes, misóginas e heteronormativas que colocam a mulher como objeto de desejo para atrativo comercial e o homem como elemento de risco ou de valor predatório.



## Ações para se inspirar\*

### **BANHEIRO SEM DIFERENÇAS**

Todas as pessoas devem usar o banheiro do shopping de acordo com a sua identidade de gênero. Mas é possível, também, oferecer banheiros para atender ao público sem distinção de gênero e de forma não classificativa, onde uma pessoa usa o local de cada vez.

### **EVENTO**

Uma boa ideia é incentivar a participação de pessoas trans e travestis em processos de seleção para preenchimento de vagas de emprego no shopping. Há alguns bancos de currículos, como o Transempregos, que podem auxiliar gratuitamente a administração do shopping e os lojistas no momento de recrutar candidatos.

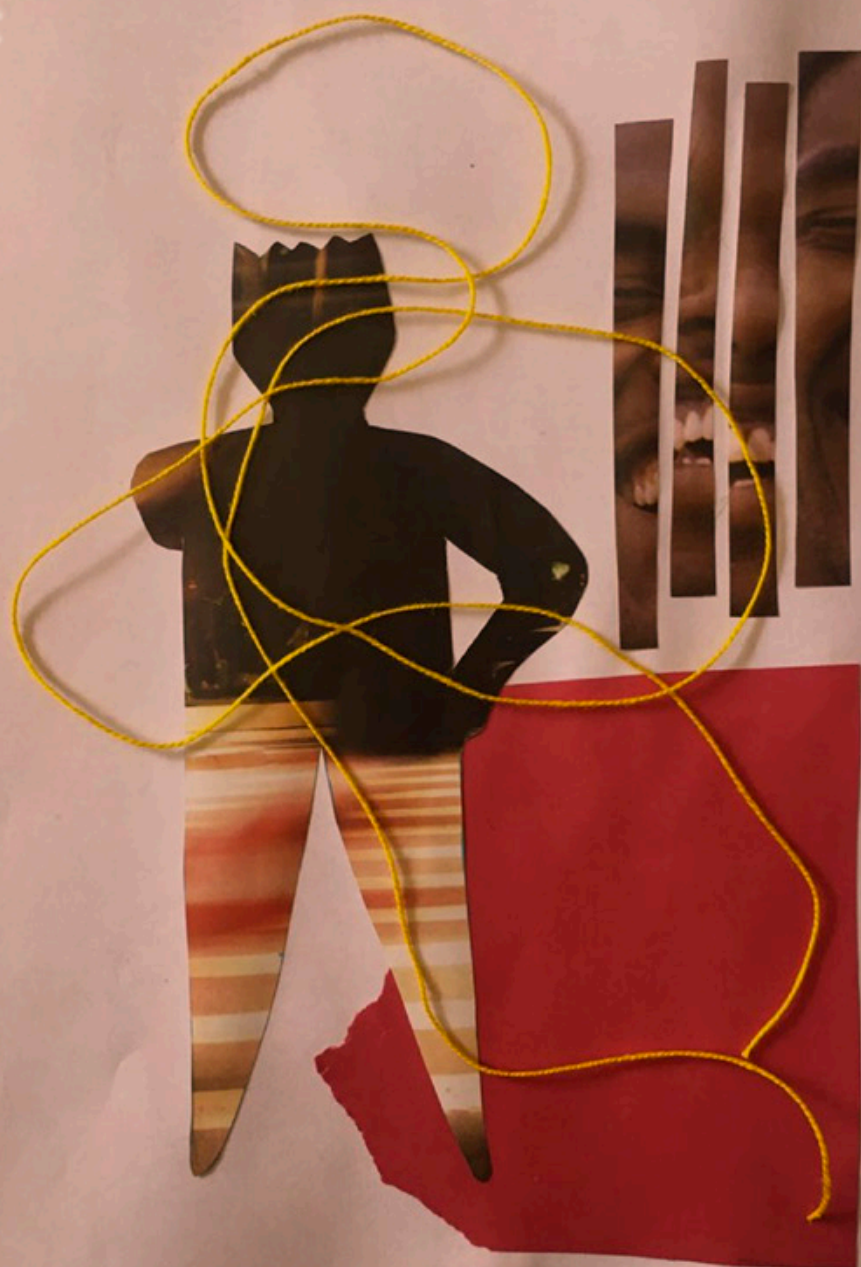
### **WORKSHOP**

O shopping pode oferecer workshop gratuitos voltados para pessoas trans e travestis com dicas sobre montagem de currículo, processo seletivo e outros aspectos que podem influenciar numa futura contratação.

\*As sugestões de eventos neste material são atemporais, entretanto, se tais ações forem realizadas no período de pandemia, os shoppings devem se atentar para todos os protocolos e medidas de segurança e higiene.



# Diversidade Cultural



A diversidade cultural refere-se às mais variadas formas de comportamento e expressão da população de determinado local, seja na forma de se vestir, falar, comer, suas crenças, tradições e costumes.

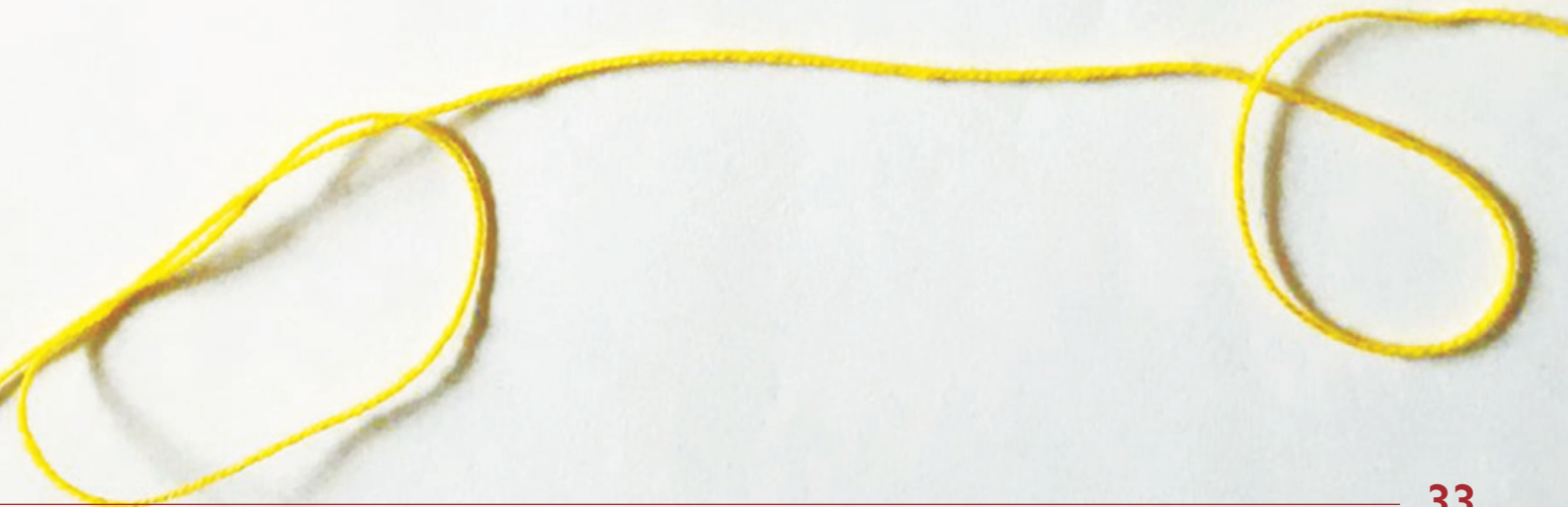
Por apresentar uma grande dimensão territorial, o Brasil possui uma vasta diversidade cultural. Os colonizadores europeus, a população indígena e os africanos escravizados foram os primeiros responsáveis pela disseminação cultural no país. Em seguida, os imigrantes italianos, japoneses, alemães, árabes, entre outros, contribuíram para a aumentar essa variedade de culturas.



## **Assuma o compromisso**

A diversidade cultural é a relação do “eu” com o “outro”, isto é, do respeito para com as diferenças individuais, coletivas, locais, regionais e nacionais.

Procure respeitar e valorizar as identidades de grupos, comunidades e pessoas. É importante que o uso de identidades como sinônimo de memória das raízes, tradições e origens esteja sempre vinculado ao presente.



## Ações para se inspirar\*

### VALORIZAÇÃO DA COMUNIDADE

Que tal comemorar o aniversário do shopping enaltecendo a cultura do bairro? O shopping pode produzir um vídeo com a participação de moradores do bairro, falando da sua história de vida, das tradições e cultura da comunidade e a sua relação com o shopping.

### BRINQUEDOS ARTESANAIS

Uma boa ideia é realizar uma oficina com crianças ensinando-as a montar brinquedos artesanais que tenham relação com a cultura e o folclore brasileiro. Exemplos: Bonecas de pano, cavalos de pau, petecas, jogos de madeira, rôi-rói, maculêlê, mula manca, mamulengo, maracá, pipa/papagaio/rabiola, fantoche, cata-vento, pião, bambolê, estilingue e outros.

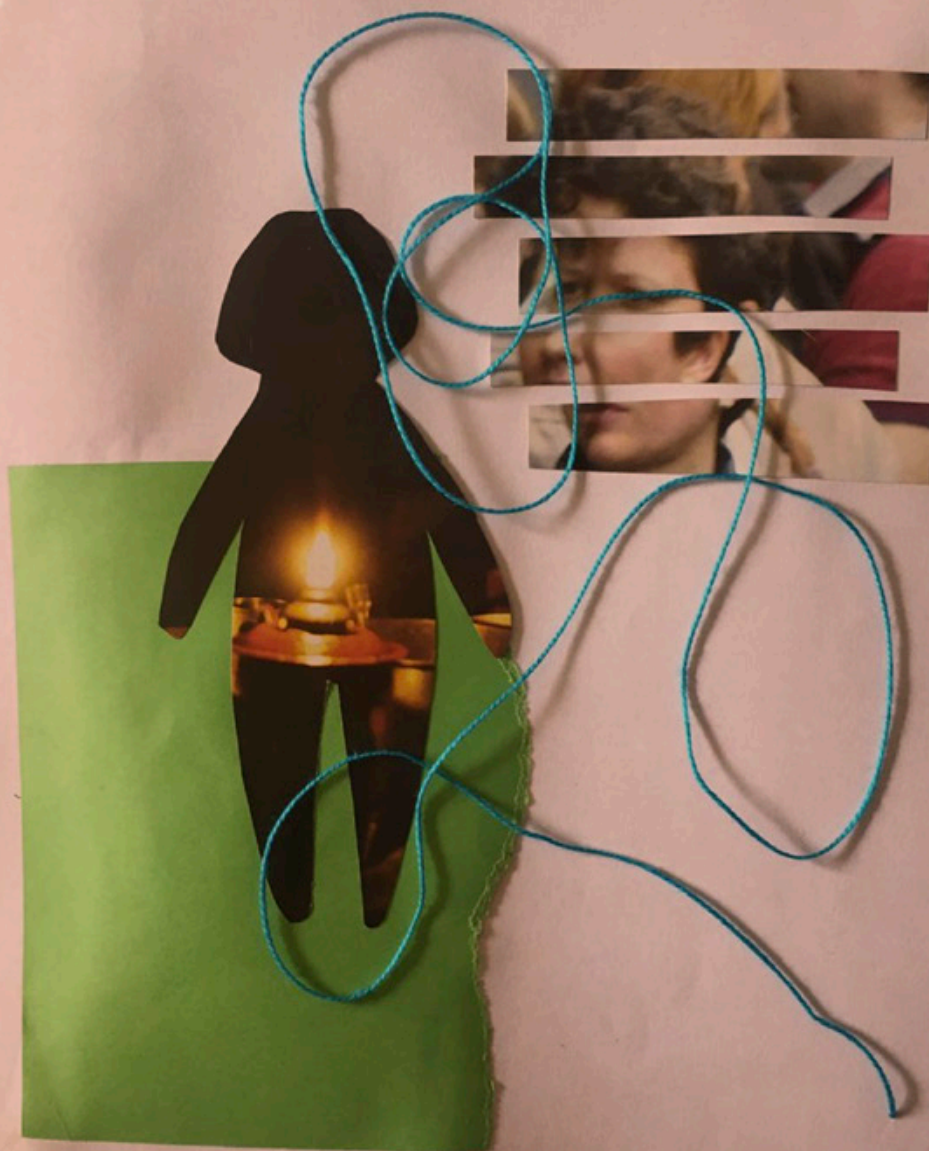
### FEIRA GASTRONÔMICA

Quem não gosta de comer? Uma feira gastronômica com pratos típicos brasileiros (ou internacionais) certamente vai atrair a atenção de muitos visitantes.

\*As sugestões de eventos neste material são atemporais, entretanto, se tais ações forem realizadas no período de pandemia, os shoppings devem se atentar para todos os protocolos e medidas de segurança e higiene.



# Diversidade Religiosa



O pluralismo religioso é uma característica marcante do Brasil, que é um Estado laico, em que o poder do País é imparcial em relação às questões religiosas. Todos nós conhecemos pessoas de diferentes manifestações religiosas com tradições e hábitos diversificados.

A religião é um dos pilares da formação da identidade cultural de um povo. Assim, a promoção de um ambiente comprometido com a diversidade também passa pela aceitação e respeito às práticas religiosas de todos.

Respeitar essas diferenças é fundamental, pois todas as denominações religiosas contribuem, de alguma forma, positivamente para a nossa sociedade. Daí a importância do diálogo, pois é ele que nos permite a troca, o conhecimento e o respeito às crenças e vivências religiosas dos outros.

**Intolerância religiosa é o ato de discriminar, ofender e rechaçar denominações religiosas, liturgias e cultos, ou cometer violência física e ideológica por conta das práticas religiosas e crenças de uma pessoa.**

## Assuma o compromisso

Pesquisar, conhecer e dialogar sobre as diferentes vivências e práticas religiosas é um convite para alcançar maior discernimento e clareza sobre as religiosidades dos outros. O conhecimento serve, sobretudo, para não reforçar pensamentos fundamentalistas, que cultivam a ideia de que uma religião é única e de que todas as demais formas têm de ser abolidas.

Por isso, contar com a realização de campanhas que alertem sobre a intolerância religiosa e que conscientizem sobre a liberdade de crença são sempre um excelente compromisso a ser assumido. Atitudes de respeito, consideração, diálogo e paz contribuem para a convivência humana saudável.

Diversidade é diferente de neutralidade. O compromisso com a diversidade religiosa não quer dizer buscar um ambiente “sem religião”. Pelo contrário, significa permitir que todos se sintam à vontade no exercício de suas práticas, promovendo o mútuo respeito e a compreensão às diferenças.

## Ações para se inspirar\*

### CULTO ECUMÊNICO

Que tal comemorar o Dia Nacional de Combate à Intolerância Religiosa com um culto ecumênico reunindo diferentes denominações religiosas?

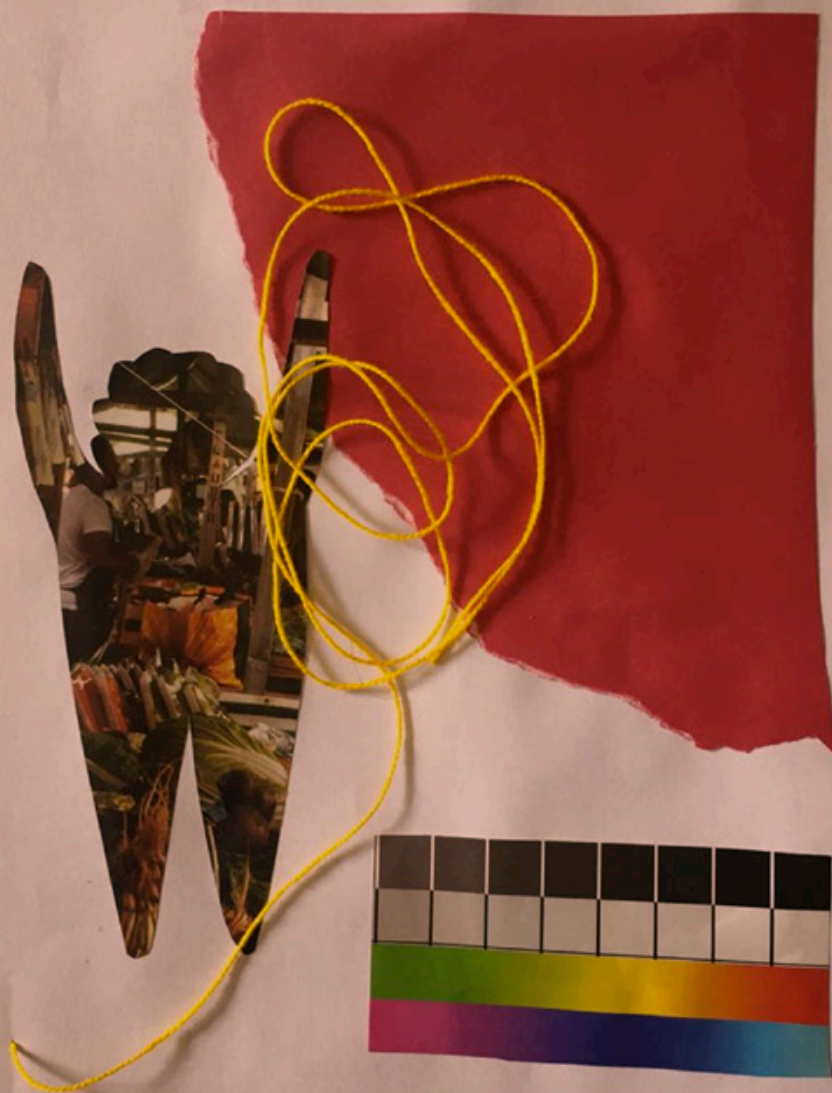
### DIÁLOGO INTER-RELIGIOSO

Uma boa ideia é promover um bate-papo para desmistificar religiões que comumente são alvos de discriminação, especialmente as de matrizes africanas, como o Candomblé e a Umbanda.

\*As sugestões de eventos neste material são atemporais, entretanto, se tais ações forem realizadas no período de pandemia, os shoppings devem se atentar para todos os protocolos e medidas de segurança e higiene.



# Diversidade Estética



A diversidade estética engloba a diversidade de corpos e aparências. Pessoas são muito mais do que corpos, e corpos são muito mais do que aparência estética. A mídia e a indústria ditam determinados “padrões estéticos” que há anos nos condicionam a pensar sobre quais são os contornos, traços, cores, tons, peso, altura que devemos ter e que acabam virando motivos de exclusão.

Pessoas gordas, por exemplo, sofrem pressão estética diariamente e são vítimas de gordofobia por não se apresentarem dentro de um padrão de beleza considerado “bonito”, “perfeito”, “ideal”. A gordofobia também se apresenta no estigma de que corpos gordos são corpos doentes, não saudáveis e de que pessoas gordas precisam de ajuda para emagrecer.

Não devemos julgar nem discriminar pessoas gordas, pessoas tatuadas, pessoas albinas, pessoas com nanismo, pessoas que usam piercings ou por qualquer outra característica estética.

**É importante ressaltar que o preconceito é uma forma de conceito ou juízo formulado sem qualquer conhecimento prévio do assunto tratado, enquanto a discriminação é o ato de separar, excluir ou diferenciar pessoas ou objetos: é o “preconceito em ação”.**

## Assuma o compromisso

Admitir que as pessoas são diferentes umas das outras não é apenas aceitável, como necessário e desejável. Respeitar as diferenças estéticas e tratar o outro com a dignidade é o que todos gostariam de ter e receber nos diferentes ambientes que frequentam.

## Ações para se inspirar\*

### DESFILE DE MODA

Que tal promover um desfile em parceria com lojistas onde os modelos são de diferentes tipos de corpos? Isso contribuirá para mostrar que todos devem amar o próprio corpo.

### CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS

Inclua pessoas com diferentes corpos e características estéticas nas campanhas publicitárias do shopping. Isso contribuirá para a representatividade e identificação do público.

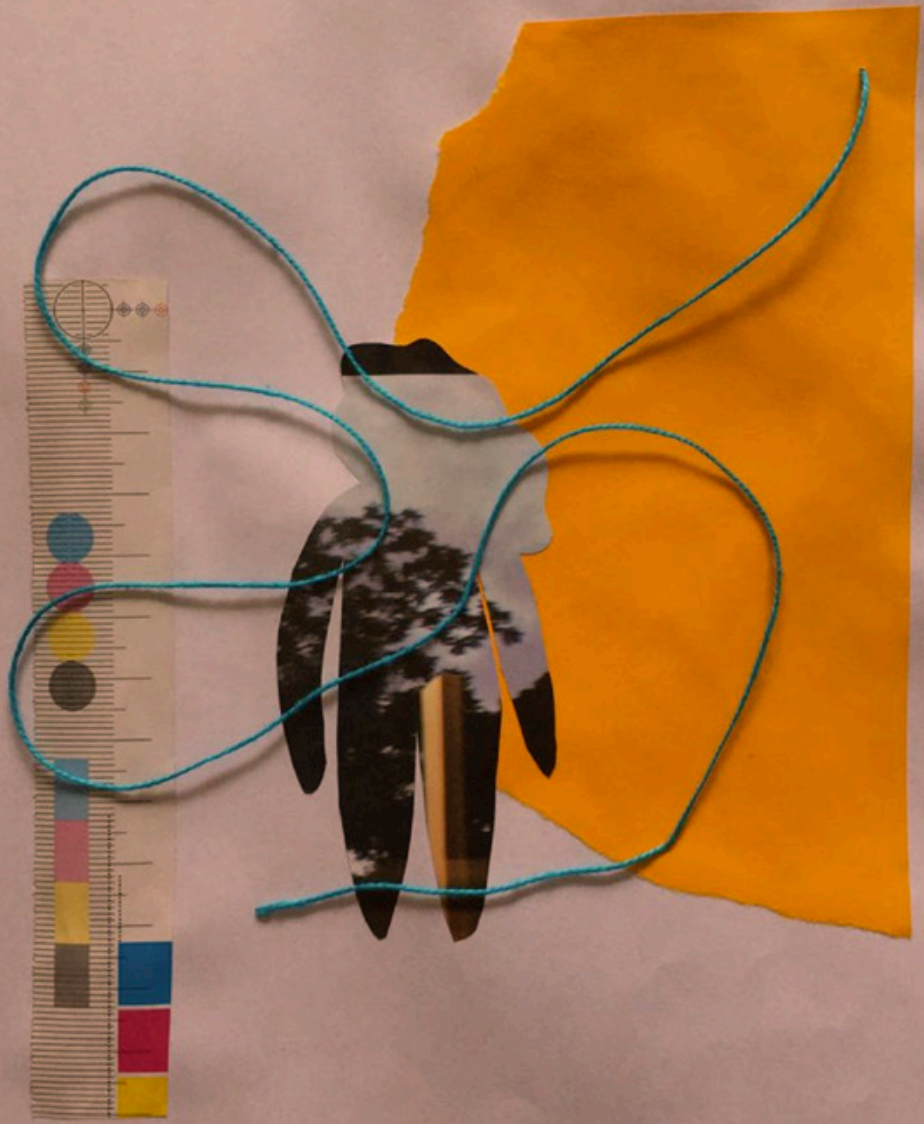
### BAZAR

Uma boa ideia é promover um bazar voltado para pessoas gordas com o objetivo de facilitar o acesso às roupas, gerando representatividade, e também, para que elas possam compartilhar suas experiências e criarem uma rede de apoio.

\*As sugestões de eventos neste material são atemporais, entretanto, se tais ações forem realizadas no período de pandemia, os shoppings devem se atentar para todos os protocolos e medidas de segurança e higiene.



# Legislação



A seguir, apresentamos as principais leis que visam à criação de ambientes múltiplos, diversos e sem discriminação.

### **GERAIS**

Constituição Brasileira: art. 5º caput, art. 5º inciso X, art. 3º.

Declaração Universal do Direitos Humanos de 1948: artigos 1º e 2º.

Código Penal: art. 140, parágrafo 3º.

Convenção Americana sobre Direitos Humanos (1969) – Pacto de San José da Costa Rica.

Lei nº 13.185, de 6 de novembro de 2015. Institui o Programa de Combate à Intimidação Sistemática - Bullying.

Decreto nº 7.037, de 21 de dezembro de 2009. Institui o Programa Nacional de Direitos Humanos - PNDH-3.

### **GÊNERO**

Convenção Internacional sobre Eliminação de todas as formas de Discriminação contra a Mulher (1979).

Protocolo Facultativo à Convenção Internacional sobre Eliminação de todas as formas de Discriminação contra a Mulher (1999).

Lei nº 11.340, de 7 de agosto de 2006. Cria mecanismos para coibir a violência doméstica e familiar contra a mulher.

### **ORIENTAÇÃO SEXUAL E IDENTIDADE/EXPRESSÃO DE GÊNERO**

1º de março de 2018, o Supremo Tribunal Federal determinou que a retificação do registro civil (alteração de nome) no tocante às pessoas trans e travestis deve se dar de modo desburocratizado ou seja, sem demanda judicial, nos próprios cartórios, por meio de autodeclaração, sem limite de idade (respeitando a maioridade civil e a representação dos responsáveis no caso das pessoas menores de idade), sendo desnecessária tanto a apresentação de laudos psicológicos e psiquiátricos quanto a cirurgia de readequação sexual.

Decreto nº 8.727, de 28 de abril de 2016. Dispõe sobre o uso do nome social e o reconhecimento da identidade de gênero de pessoas travestis e transexuais no âmbito da administração pública federal direta, autárquica e fundacional.

Resolução 12 de 16 de janeiro de 2015 do Conselho Nacional de Combate à Discriminação LGBT (CNCD/LGBT). Fica estabelecido que deve ser garantido o uso de banheiros, vestiários e demais espaços segregados por gênero, quando houver, de acordo com a identidade de gênero de cada um.

Decisões do Superior Tribunal Federal:  
Direito à identidade de gênero das pessoas trans (Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 4275).

Enquadramento da discriminação e da violência LGBTfóbica como crime de racismo (Ação Direta de Inconstitucionalidade por Omissão nº 26 / Mandado de Injunção nº 4733).

## **RAÇA/ETNIA/RELIGIÃO**

Lei nº 7716, de 05 de janeiro de 1989. Define crimes resultantes do Preconceito de Raça e de Cor (tipifica como crime qualquer manifestação, direta ou indireta, de segregação, exclusão e preconceito com motivação racial).

Convenção Internacional sobre Eliminação de todas as formas de Discriminação Racial (1965).

Lei nº 7.716, de 5 de janeiro de 1989. Crimes resultantes de discriminação ou preconceito de raça, cor, etnia, religião ou procedência nacional.

Lei nº 6.001, de 19 de dezembro de 1973. Cria o Estatuto do Índio.

Lei nº 12.288, de 20 de julho de 2010. Cria o Estatuto da Igualdade Racial.

Constituição Brasileira: 5º, inciso V: “É inviolável a liberdade de consciência e de crença, sendo assegurado o livre exercício dos cultos religiosos e garantida, na forma da lei, a proteção aos locais de culto e suas liturgias”.

Lei nº 11.635, de 27 de dezembro de 2007. Dispõe sobre intolerância religiosa.

Declaração Universal dos Direitos Humanos, Artigo 18. Prega a liberdade de consciência religiosa, assim como a sua livre manifestação, prática e culto, seja público ou particular.



## **PESSOA COM DEFICIÊNCIA**

Decreto Legislativo nº 6.949/2009 - Promulga a Convenção Internacional sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência e seu Protocolo Facultativo, assinados em Nova York, em 30 de março de 2007.

Lei nº 11.126/2005 - Aborda o direito da pessoa com deficiência visual de ingressar e permanecer em ambientes de uso coletivo acompanhada de cão-guia. Regulamentada em 2006 pelo Decreto 5.904.

Lei nº 10.436/2002 - Dispõe sobre a Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS), regulamentada em 2005 pelo Decreto nº 5.626.

Lei nº 10.098/2000 - Estabelece normas e critérios para a promoção da acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida.

Lei nº 8.213/1991 (Lei de Cotas) - Determina a contratação de profissionais com deficiência por empresas com mais de 100 funcionários.

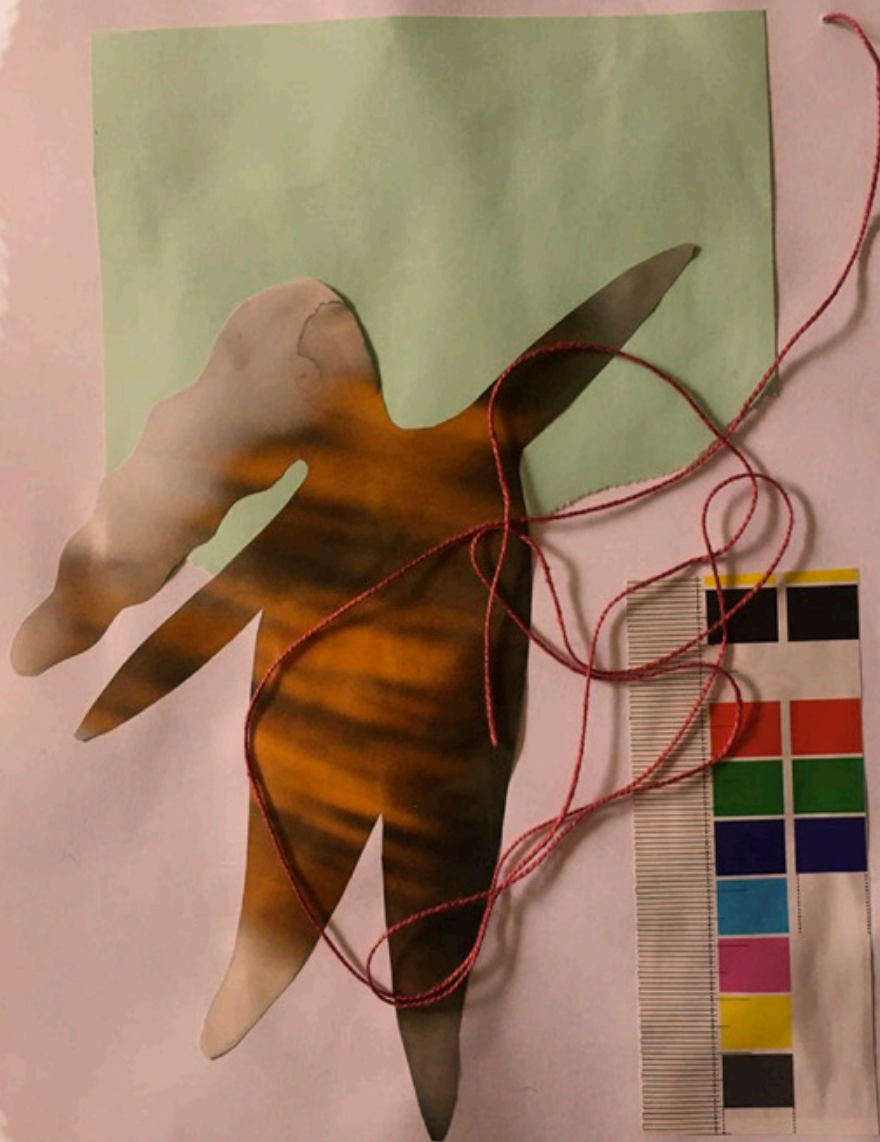
Convenção Interamericana para a Eliminação de todas as formas de discriminação contra as pessoas portadoras de deficiência (1999).

Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência.

Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015. Estabelece a criação do Estatuto da Pessoa com Deficiência.



# Recomendações para o shopping abraçar a diversidade e a inclusão



**Para valorizar a diversidade e a inclusão, é preciso reconhecer que somos todos diferentes e que devemos ter oportunidades iguais para todos.**

Esperamos que com essa cartilha tenhamos conseguido cumprir o desafio de desfazer o nó do significado de diversidade para o setor de shopping centers e transformá-lo em ações que impactem e que resultem em vantagem competitiva, inovação, crescimento e desenvolvimento sustentável.

Para contribuir ainda mais com a valorização da diversidade nos shopping centers, sugerimos algumas boas práticas para que os resultados sejam cada vez mais efetivos.

Aproveitem o conteúdo e caprichem na criatividade!



## **1. DEFINA O PROPÓSITO DE DIVERSIDADE PARA O SEU SHOPPING**

Pergunte-se “Por que (com qual propósito) queremos valorizar a diversidade e a inclusão no nosso shopping?”. Essa resposta deve ser clara para todos os colaboradores e lojistas e ficar evidente em todas as tomadas de decisões do empreendimento.

## **2. CONSTRUIR UM AMBIENTE DIVERSO É UMA JORNADA**

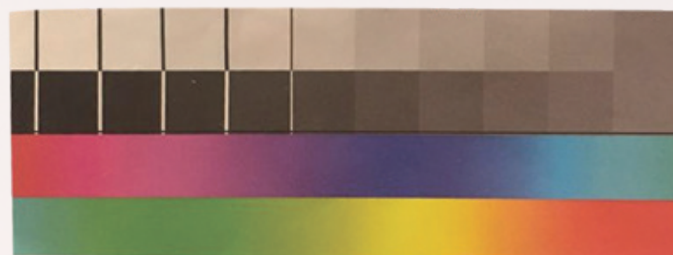
Não é possível tornar um shopping center mais plural, diverso e inclusivo de um dia para o outro. Planeje, se organize e estabeleça de maneira realista as estratégias, as metas e os desafios a serem superados. Há muitas empresas que atuam buscando influenciar seus fornecedores para que ajam de determinada forma. Para a contratação de empresas terceirizadas, tem sido cada vez mais frequente a exigência, com sua respectiva comprovação, de equipes diversas, inclusivas e treinadas quanto ao atendimento a todos os tipos de público.

## **3. FAÇA O MAPEAMENTO E O DIAGNÓSTICO DA DIVERSIDADE PRESENTE NO EMPREENDIMENTO**

Conduza entrevistas, censos demográficos e pesquisas em profundidade, quantitativas e qualitativas, em todo o shopping com os públicos interno e externo. Examine os dados coletados para embasar a discussão e o planejamento de valorização da diversidade.

## **4. ESTABELEÇA PRIORIDADES E PARCERIAS**

Os shopping centers devem reconhecer a responsabilidade que têm para a promoção dos direitos de mulheres, negros, indígenas, pessoas com deficiência, pessoas LGBTI+, grupos religiosos, pessoas idosas e tantos outros que são discriminados. Estabeleça parcerias com ONG's, entidades representativas, e outras iniciativas para discutirem juntos sobre as principais demandas de cada grupo de pessoas.



## **5. DEFINA METAS DE DESEMPENHO ALCANÇÁVEIS**

Para que haja o cumprimento das metas de diversidade, é preciso sensibilizar o público interno por meio de palestras, informativos, pesquisas... O público interno tem que estar consciente e alinhado com as diretrizes e políticas do shopping.

O engajamento e comprometimento da liderança também é essencial. Os líderes precisam transmitir a mensagem que todos são responsáveis pelo cumprimento das metas.

## **6. CRIE E REVISE CÓDIGOS INTERNOS, NORMAS E POLÍTICAS**

No ambiente corporativo, muitas vezes ouvimos a pergunta: “isso está na Política?” ou “isso faz parte do código de conduta?”. Descreva em alguma política ou manual de regras os comportamentos, atitudes e iniciativas que se espera que sejam incorporados na conduta dos funcionários do shopping center, sejam eles diretos ou indiretos.



# Stakeholders, Treinamento e Comunicação

Boas práticas de valorização da diversidade precisam envolver a todos e devem ser compartilhadas com os públicos de interesse (fornecedores, comunidade local e frequentadores) para que possam influenciar e promover mudanças.

- **Fornecedores:** privilegie fornecedores que também valorizem a diversidade e possuem boas práticas sobre a temática. Por exemplo, para serviços relacionados a eventos, feche parcerias com empresas comprometidas com a contratação de profissionais transgêneros.
- **Comunidade:** patrocine (ou promova) eventos e atividades de comunidades próximas ao shopping que reforcem o comportamento respeitoso e não discriminatório entre as pessoas. Uma boa oportunidade é realizar um festival ou feira que valorize a cultura e a produção local.
- **Frequentadores:** compartilhe as iniciativas de valorização da diversidade, faça campanhas nas quais eles sejam os protagonistas, celebre datas comemorativas relacionadas aos perfis dos frequentadores.
- **Público interno:** comunicação transparente e treinamentos contínuos são a chave para o engajamento desse público. Mantenha conteúdo atualizado, acessível e interessante ao alcance de todos; compartilhe e celebre as principais conquistas com eles; envolva-os nas ações, conscientizando-os de que todos fazem parte desta jornada.

É cada vez mais urgente que os profissionais que trabalham em estabelecimentos comerciais, como shopping centers, sejam capacitados para lidar com a diversidade e inclusão. Políticas institucionais de respeito e acolhimento devem ser revistas e repassadas aos funcionários por meio de treinamentos, para que os preconceitos possam ser mitigados.





## Compromisso da Liderança

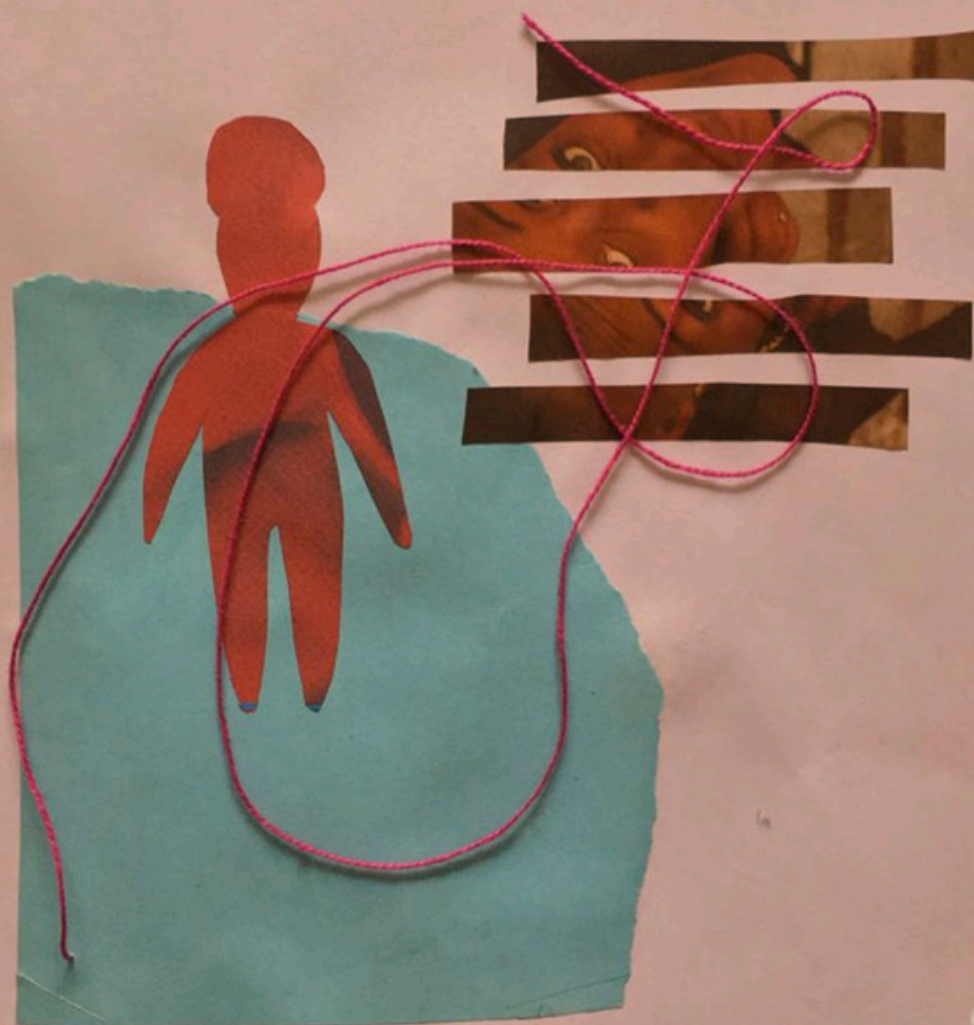
Identificar a diversidade como uma das principais iniciativas estratégicas ou valores fundamentais da empresa é o papel dos líderes inspiradores. São eles que representam o empreendimento e dão o tom de voz de projetos que envolvem uma mudança tão profunda.

Ter o comprometimento da liderança significa dizer que os esforços para a construção de um ambiente plural e seguro serão seguidos por todos, com o endosso da alta gestão. Alinhe a liderança para ser o principal defensor e idealizador das iniciativas de diversidade, sendo porta-voz em eventos estratégicos, comunicados aos colaboradores ou destinados ao público externo.

Outra dica importante é que os funcionários e lideranças diretamente envolvidos precisam ser pioneiros e devem desenvolver a resiliência para os momentos em que o caminho for mais turbulento.

Seguindo estes passos, seu shopping continuará sendo um agente de transformação para a promoção e valorização da diversidade, além de gerar inovação nas relações e nas formas de fazer negócio. Todas essas boas práticas podem ser melhor trabalhadas e aprofundadas com apoio consultivo. A consultoria Mais Diversidade, por exemplo, tem esse papel e pode ajudá-los frente a qualquer necessidade vinculada a essas ações. (Ver página 71).

# Crise de imagem



Um dos primeiros mandamentos da gestão de crise de imagem é a agilidade na resposta e o foco nas pessoas envolvidas. Num mundo onde cada cidadão com um smartphone nas mãos torna-se um “repórter” em potencial, qualquer episódio pode rodar o mundo e a imagem do empreendimento ser associada a um ato de discriminação.

Nesse sentido, listamos algumas recomendações para se relacionar com a imprensa e atuar de maneira eficaz diante de uma crise de imagem.

### **PRÉ-CRISE**

Um bom planejamento de gestão de crise, incluindo um *media training*, deve fazer parte da estratégia de comunicação de qualquer empresa, de pequeno ou grande porte. Pergunte-se **quando** a crise vai surgir e não **se** ela surgirá.

Empresas que planejam e se preparam para a crise estão melhor posicionadas para prevenir, mitigar e minimizar impactos financeiros e danos reputacionais em caso de crise de imagem.

Tenha um porta-voz treinado para assumir o protagonismo da comunicação.





### **DURANTE A CRISE**

Não se precipite. Investigue, apure os fatos e ouça todos os envolvidos no episódio para evitar conclusões precipitadas.

Retrate-se. Publique uma nota desculpando-se e assumindo o erro, se for o caso. Humildade para assumir erros é uma grande virtude.

Agilidade no pronunciamento é importante, porém qualidade no posicionamento é muito mais relevante e contribui para que os danos à imagem sejam reversíveis.

Caso não haja erro, divulgue provas de que seu posicionamento é verdadeiro, esclarecendo os fatos sem acusar possíveis envolvidos.

Monitore permanentemente as redes sociais e outras mídias quanto à repercussão sobre o incidente.

Procure não recusar um pedido de entrevista. A imprensa pode ser um aliado para disseminar o posicionamento do shopping sobre o episódio.

Sempre se pronuncie e nunca esconda detalhes importantes. A omissão abre margem para que o público tenha uma opinião negativa do empreendimento.

Caso necessário, organize uma coletiva de imprensa com jornalistas e veículos locais.

Fazer brincadeiras sobre fatos sérios para tentar se aproximar do público também é um erro.

### **PÓS-CRISE**

Mais importante que superar uma crise, é evitar que ela aconteça novamente.

Faça reuniões para atualizar os possíveis desencadeadores de crise.

Atualize o manual de gerenciamento de crise do shopping.

Se julgar conveniente, convide grupos, ONG's e entidades para discutir o episódio e estabelecer medidas para que fatos semelhantes não se repitam.

Prepare sua equipe e treine seu time. Preparação é a chave para uma empresa superar uma crise e restabelecer a confiança do público na sua imagem.

**O Plano de gerenciamento de crise visa estabelecer procedimentos e protocolos a serem adotados pelo shopping center quando em situação de crise ou de ameaça de crise de imagem.**

# Termos ligados à diversidade e inclusão





A fim de facilitar a compreensão e tornar a leitura mais fluida, listamos alguns termos e expressões relacionados à diversidade e uma breve explicação sobre cada um deles.

### **ACESSIBILIDADE**

Garantia de acesso, uso e interação, com segurança e autonomia, do meio físico, social e material, independentemente da deficiência, limitação ou dificuldade.

### **AGÊNERO**

Pessoa que não se identifica ou não se sente pertencente a nenhum gênero.

### **ANDROGINIA**

Termo genérico usado para descrever qualquer indivíduo que assuma postura social, especialmente a relacionada à vestimenta, comum a ambos os gêneros.

### **APROPRIAÇÃO CULTURAL**

É a adoção de elementos específicos de uma cultura por um grupo que não faz parte daquele grupo.

### **ASSEXUAL**

Indivíduo que não sente nenhuma atração sexual, seja pelo sexo/gênero oposto ou pelo sexo/gênero igual.

### **BINARISMO DE GÊNERO**

Ideia de que só existe macho/fêmea, masculino/feminino, homem/mulher, sendo considerada limitante para as pessoas não-binárias.

### **BRAILE OU BRAILLE**

Sistema de escrita tátil utilizado por pessoas com deficiência visual. É tradicionalmente escrito em papel relevo.

### **COISA DE MULHER**

Termo machista que indica que certas coisas, principalmente as delicadas, são feitas para mulheres e outras para homens.

### **CRIME DE ÓDIO**

É qualquer crime cometido contra uma pessoa ou contra propriedade motivado por hostilidade ou preconceito com base em deficiência, raça, religião, identidade de gênero ou orientação sexual.

### **DISCRIMINAÇÃO**

Comportamento de raiz preconceituosa com algo ou alguém.

### **DRAG KING**

Mulher que se veste com roupas masculinas de forma satírica e extravagante para o exercício da profissão em shows e outros eventos. Não há relação com a orientação sexual.

### **DRAG QUEEN**

Homem que se veste com roupas femininas de forma satírica e extravagante para o exercício da profissão em shows e outros eventos. Não há relação com a orientação sexual.

### **ESTEREÓTIPO**

Conceito ou imagem preconcebida, padronizada e generalizada estabelecida pelo senso comum, sem conhecimento profundo, sobre algo ou alguém.

### **GAY**

Pessoa do gênero masculino (cis ou trans) que tem desejos, práticas sexuais e/ou relacionamento afetivo-sexual com outras pessoas do gênero masculino.

### **GÊNERO FLUÍDO (GENDER-FLUID)**

Pessoa que se identifica tanto com o sexo masculino ou feminino. Sente-se homem em determinados dias e mulher em outros.

### **GORDOFOBIA**

Preconceito ou intolerância contra pessoas gordas.

### **HETERONORMATIVIDADE**

Expressão utilizada para descrever ou identificar uma suposta norma social relacionada ao comportamento padronizado heterossexual. Esse padrão de comportamento é condizente com a ideia de que o padrão heterossexual de conduta é o único válido socialmente e que não seguir essa postura social e cultural coloca o cidadão em desvantagem perante o restante da sociedade.

### **HETEROSSEXUAL**

Indivíduo atraído amorosa, física e afetivamente por pessoas do sexo/gênero oposto.

### **HOMOAFETIVO**

Adjetivo utilizado para descrever a complexidade e a multiplicidade de relações afetivas e/ou sexuais entre pessoas do mesmo sexo/gênero. O termo não é sinônimo de homoerótico e homossexual, pois conota também os aspectos emocionais e afetivos envolvidos na relação amorosa entre pessoas do mesmo sexo/gênero. É um termo muito utilizado no mundo do Direito. Não é usado para descrever pessoas, mas sim as relações entre as pessoas do mesmo sexo/gênero.

### **HOMOSSEXUAL**

Pessoa que se sente atraída sexual, emocional ou afetivamente, por pessoas do mesmo sexo/gênero. Assim, o termo homossexual pode se referir a homossexuais femininas – lésbicas, ou homossexuais masculinos – gays.

## **IDEOLOGIA DE GÊNERO**

Termo inventado e divulgado por setores (ultra)conservadores e fundamentalistas sob o pretexto velado de negar a igualdade de direitos e o respeito às mulheres e às pessoas LGBTI+, alegando que “ideologia de gênero” induziria à destruição da família “tradicional”, à legalização da pedofilia, ao fim da “ordem natural” e das relações entre os gêneros, negando a existência da discriminação e violência contra mulheres e pessoas LGBTI+ comprovadas com dados oficiais e estudos científicos (REIS; EGGERT, 2017). Na verdade, o que há são estudos de gênero que comprovam a inferiorização das mulheres e pessoas LGBTI+, inclusive com altos índices de homicídios.

## **INTERSEXUALIDADE**

Termo que descreve pessoas que nascem com características reprodutivas ou sexuais que não parecem se encaixar nas definições típicas de masculino ou feminino. Isso inclui, por exemplo, o formato do sexo, a distribuição da gordura no corpo, e a disposição dos órgãos reprodutivos internos.

## **LÉSBICA**

Mulher que é atraída afetiva e/ou sexualmente por pessoas do mesmo sexo/ gênero (cis ou trans).

## **LGBTI+**

Sigla para Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais e Travestis e Intersexuais. O símbolo + é acrescentado à sigla para abranger outras orientações sexuais, identidades e expressões de gênero.

## **LGBTFOBIA**

Pode ser definida como o medo, a aversão ou o ódio irracional a todas as pessoas que manifestem orientação sexual ou identidade/expressão de gênero diferente dos padrões heteronormativos, mesmo pessoas que não são LGBTI+, mas são percebidas como tais.

## **NÃO-BINÁRIO**

Pessoa cuja identidade de gênero ou expressão de gênero não está limitada às definições de masculino ou feminino. Algumas podem sentir que seu gênero está “em algum lugar entre homem e mulher” ou que é totalmente diferente dos dois pólos.

## **NOME SOCIAL**

O nome social é aquele escolhido por travestis e transexuais de acordo com o gênero com que se identificam, independentemente do nome que consta no registro de nascimento.

## **PANSEXUALIDADE**

Orientação sexual que rejeita especificamente a noção de dois gêneros e até de orientação sexual específica. Significa que as pessoas pansexuais podem desenvolver atração física, amor e desejo sexual por outras pessoas, independentemente de sua identidade de gênero ou sexo biológico. Não tem relação alguma com fazer sexo com objetos inanimados, árvores, animais etc.



### **PRECONCEITO**

Ideia preconcebida em relação a algo ou alguém, com base em estereótipos, podendo ou não se manifestar na forma de discriminação.

### **RACISMO**

Denominação da discriminação e do preconceito (direta ou indiretamente) contra indivíduos ou grupos por causa de sua etnia ou cor.

### **SEXUALIDADE**

Refere-se às construções culturais sobre os prazeres e os intercâmbios sociais e corporais que compreendem desde o erotismo, o desejo e o afeto, até noções relativas à saúde, à reprodução, ao uso de tecnologias e ao exercício do poder na sociedade.

### **SEXO BIOLÓGICO**

Diz respeito às características biológicas que a pessoa tem ao nascer. Podem incluir cromossomos, genitália, composição hormonal, entre outros. Não há gênero no sexo biológico em si, o que existe é uma expectativa social de gênero em relação ao corpo/genital apresentado no nascimento.

### **TRANSTORNO DO ESPECTRO DO AUTISMO (TEA)**

Não está relacionado, necessariamente, à deficiência intelectual. Segundo a literatura científica, uma pessoa com TEA também pode apresentar deficiência intelectual, como também outras condições singulares. Ou seja, ela pode apresentar TEA e dislexia, apraxia, surdez ou outras condições diversas. Pessoas com TEA podem apresentar sensibilidade sensorial em um ou em mais sentidos (visão, audição, olfato, tato e paladar). Entretanto, também há pessoas com TEA que possuem inteligência de acordo com a média da população e outras com inteligência, inclusive, acima da média da população. Há pessoas com TEA em conjunto com Altas Habilidades. Portanto, o Autismo (TEA) não é uma deficiência intelectual.



# Termos e expressões em desuso

## **AIDÉTICO**

Forma coloquial e discriminadora de se referir aos portadores do vírus da Aids, ou Síndrome da Imunodeficiência Adquirida (HIV). A expressão correta é “pessoa com Aids” – quando a pessoa apresenta sintomas, ou “HIV positiva” ou “soropositiva” quando a pessoa não apresenta os sintomas associados à doença.

## **ANÃO**

Expressão em desuso para se referir às pessoas afetadas pelo nanismo.

## **DÉBIL MENTAL**

Ou “debilóide” ou “mongoloide” são formas preconceituosas de se referir às pessoas com deficiência intelectual.

## **É BONITA, MAS É GORDA**

Expressão gordofóbica, e machista, que prega que à mulher tem que estar magra e bonita para os homens.

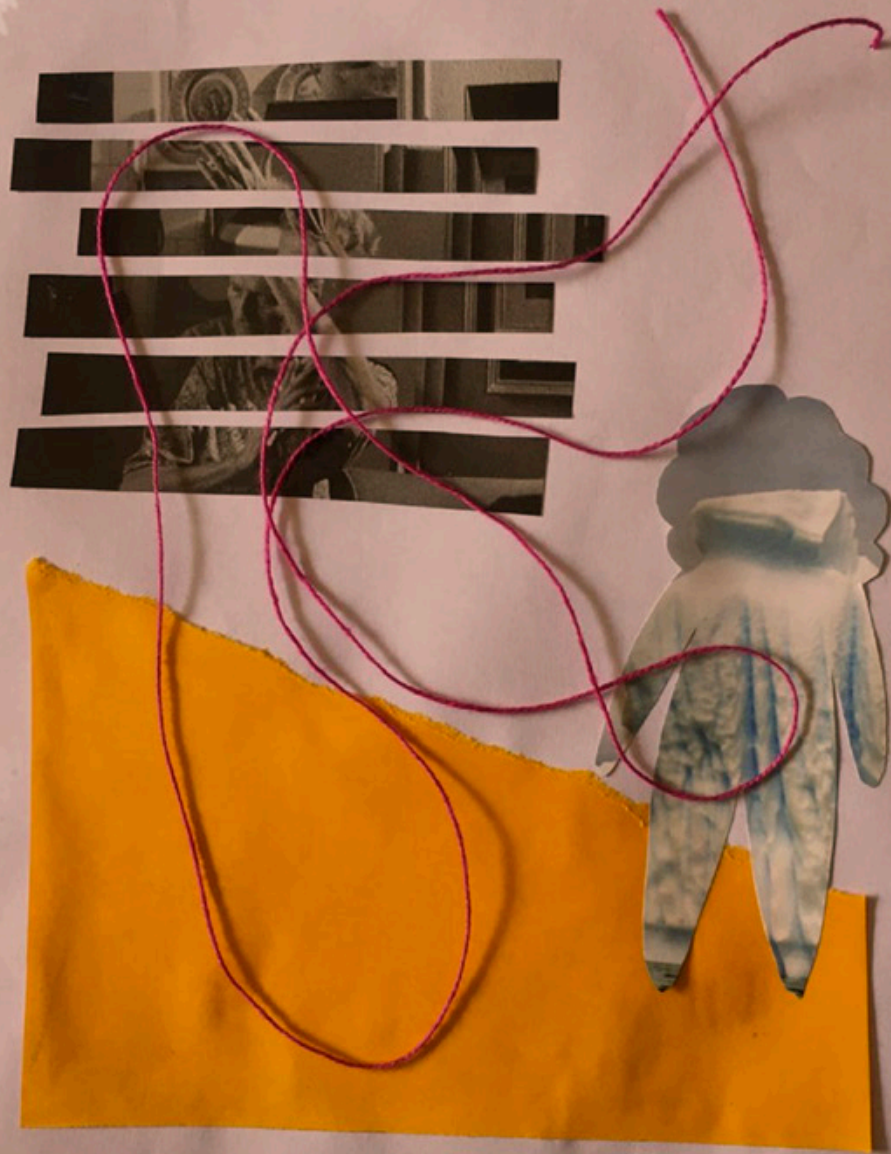
## **GILETE**

Forma depreciativa de se referir ao bissexual, isto é, aquele que gosta de ambos os gêneros.

## **TRANSFORMISTA**

Indivíduo que se veste com roupas do gênero oposto movido por questões artísticas.

# Datas importantes





O calendário da diversidade contém as principais datas de celebração ou de reflexão, nacionais e internacionais, para inspirar e orientar os shoppings e outlets a pensarem ações para todos os públicos.

## Janeiro

<b>04 DE JANEIRO</b>	<b>DIA MUNDIAL DO BRAILLE</b>
<b>07 DE JANEIRO</b>	<b>DIA DA LIBERDADE DE CULTOS</b>
<b>21 DE JANEIRO</b>	<b>DIA MUNDIAL DAS RELIGIÕES</b>
	<b>DIA NACIONAL DE COMBATE À INTOLERÂNCIA RELIGIOSA</b>
<b>27 DE JANEIRO</b>	<b>DIA INTERNACIONAL EM MEMÓRIA DAS VÍTIMAS DO HOLOCAUSTO</b>
<b>29 DE JANEIRO</b>	<b>DIA NACIONAL DA VISIBILIDADE DAS PESSOAS TRANS E TRAVESTIS</b>
<b>31 DE JANEIRO</b>	<b>DIA INTERNACIONAL DA SOLIDARIEDADE</b>

## Fevereiro

<b>1 A 7 DE FEVEREIRO</b>	<b>SEMANA MUNDIAL DA HARMONIA INTER-RELIGIOSA</b>
<b>14 DE FEVEREIRO</b>	<b>CAMPANHA INTERNACIONAL DE ENFRENTAMENTO DO HIV/AIDS</b>
<b>24 DE FEVEREIRO</b>	<b>DIA DA CONQUISTA DO VOTO FEMININO NO BRASIL (1932)</b>

## Março

1º DE MARÇO	DIA MUNDIAL DE ZERO DISCRIMINAÇÃO
08 DE MARÇO	DIA INTERNACIONAL DA MULHER
21 DE MARÇO	DIA INTERNACIONAL DE LUTA CONTRA A DISCRIMINAÇÃO RACIAL
	DIA MUNDIAL DA SÍNDROME DE DOWN
24 DE MARÇO	DIA INTERNACIONAL PARA O DIREITO À VERDADE PARA AS VÍTIMAS DE GRAVES VIOLAÇÕES DOS DIREITOS HUMANOS
21 A 28 DE MARÇO	SEMANA DE SOLIDARIEDADE COM OS POVOS EM LUTA CONTRA O RACISMO E A DISCRIMINAÇÃO RACIAL
25 DE MARÇO	DIA NACIONAL DO ORGULHO GAY
31 DE MARÇO	DIA INTERNACIONAL DA VISIBILIDADE TRANS

## Abril

02 DE ABRIL	DIA MUNDIAL DE CONSCIENTIZAÇÃO DO AUTISMO
07 DE ABRIL	DIA DO COMBATE AO BULLYING (BRASIL)
	DIA MUNDIAL DA SAÚDE (ONU)
19 DE ABRIL	DIA DOS POVOS INDÍGENAS
26 DE ABRIL	DIA DA VISIBILIDADE LÉSBICA

## Maio

<b>13 DE MAIO</b>	<b>DIA DE REFLEXÃO E LUTA CONTRA A DISCRIMINAÇÃO</b>
<b>15 DE MAIO</b>	<b>DIA INTERNACIONAL DAS FAMÍLIAS</b>
<b>17 DE MAIO</b>	<b>DIA INTERNACIONAL CONTRA A LGBTI+FOBIA</b>
<b>18 DE MAIO</b>	<b>DIA DOS POVOS INDÍGENAS DA AMÉRICA</b>
<b>19 DE MAIO</b>	<b>DIA DO ORGULHO AGÊNERO</b>
<b>21 DE MAIO</b>	<b>DIA MUNDIAL DA DIVERSIDADE CULTURAL</b>

## Junho

<b>03 DE JUNHO</b>	<b>DIA DA COMUNIDADE INTERNACIONAL</b>
<b>13 DE JUNHO</b>	<b>DIA INTERNACIONAL DE CONSCIENTIZAÇÃO SOBRE O ALBINISMO</b>
<b>14 DE JUNHO</b>	<b>DIA DA LIBERDADE DE PENSAMENTO</b>
<b>15 DE JUNHO</b>	<b>DIA MUNDIAL DE CONSCIENTIZAÇÃO DA VIOLÊNCIA CONTRA O IDOSO</b>
<b>19 DE JUNHO</b>	<b>DIA DO MIGRANTE</b>
<b>20 DE JUNHO</b>	<b>DIA MUNDIAL DO REFUGIADO</b>
<b>25 DE JUNHO</b>	<b>DIA DO IMIGRANTE</b>
<b>28 DE JUNHO</b>	<b>DIA INTERNACIONAL DO ORGULHO LGBT</b>



## Julho

03 DE JULHO	DIA NACIONAL DE COMBATE À DISCRIMINAÇÃO RACIAL
11 DE JULHO	DIA MUNDIAL DA POPULAÇÃO
18 DE JULHO	DIA INTERNACIONAL DE NELSON MANDELA
25 DE JULHO	DIA DA MULHER AFROLATINOAMERICANA E AFROCARIBENHA
	DIA MUNICIPAL DA MULHER NEGRA E CARIBENHA (SALVADOR)
30 DE JULHO	DIA INTERNACIONAL DA AMIZADE

## Agosto

09 DE AGOSTO	DIA INTERNACIONAL DOS POVOS INDÍGENAS
22 DE AGOSTO	DIA INTERNACIONAL DA DESPATOLOGIZAÇÃO TRANS
23 DE AGOSTO	DIA INTERNACIONAL DE MEMÓRIA DO TRÁFICO DE ESCRAVOS E SUA ABOLIÇÃO
21 A 28 DE AGOSTO	SEMANA NACIONAL DA PESSOA COM DEFICIÊNCIA INTELECTUAL E MÚLTIPLA
29 DE AGOSTO	DIA DA VISIBILIDADE LÉSBICA

## Setembro

15 DE SETEMBRO	DIA INTERNACIONAL DA DEMOCRACIA
19 DE SETEMBRO	DIA NACIONAL DO TEATRO ACESSÍVEL
21 DE SETEMBRO	DIA NACIONAL DE LUTA DAS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA
23 DE SETEMBRO	DIA DA VISIBILIDADE BISSEXUAL
	DIA INTERNACIONAL DAS LÍNGUAS DE SINAIS
26 DE SETEMBRO	DIA NACIONAL DA PESSOA SURDA
27 DE SETEMBRO	DIA DO IDOSO
30 DE SETEMBRO	DIA INTERNACIONAL DA PESSOA SURDA (OU ÚLTIMO DOMINGO DO MÊS DE SETEMBRO)

## Outubro

1º DE OUTUBRO	DIA INTERNACIONAL DA TERCEIRA IDADE
02 DE OUTUBRO	DIA INTERNACIONAL DA NÃO VIOLÊNCIA
08 DE OUTUBRO	DIA MUNDIAL DE PREVENÇÃO AO HIV/AIDS NO AMBIENTE DE TRABALHO
10 DE OUTUBRO	DIA MUNDIAL DA SAÚDE MENTAL
13 DE OUTUBRO	DIA MUNDIAL DA VISÃO
15 DE OUTUBRO	DIA INTERNACIONAL DAS MULHERES RURAIS
25 DE OUTUBRO	DIA NACIONAL DE COMBATE AO PRECONCEITO CONTRA AS PESSOAS COM NANISMO
26 DE OUTUBRO	DIA DA CONSCIÊNCIA INTERSEXO

## Novembro

05 DE NOVENBRO	DIA DA CULTURA
16 DE NOVENBRO	DIA INTERNACIONAL DA TOLERÂNCIA
19 DE NOVENBRO	DIA MUNDIAL DO BANHEIRO
20 DE NOVENBRO	DIA DA CONSCIÊNCIA NEGRA
25 DE NOVENBRO	DIA INTERNACIONAL PARA A ELIMINAÇÃO DA VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER
26 DE NOVENBRO	DIA DA VISIBILIDADE ASSEXUAL

## Dezembro

1º DE DEZEMBRO	DIA INTERNACIONAL DE COMBATE A AIDS
02 DE DEZEMBRO	DIA INTERNACIONAL PARA A ABOLIÇÃO DA ESCRAVATURA
03 DE DEZEMBRO	DIA INTERNACIONAL DA PESSOA COM DEFICIÊNCIA
05 DE DEZEMBRO	DIA INTERNACIONAL DO VOLUNTÁRIO
08 DE DEZEMBRO	DIA DO ORGULHO PANSEXUAL/PANROMÂNTICO
	DIA NACIONAL DA FAMÍLIA
10 DE DEZEMBRO	DIA DOS DIREITOS HUMANOS
	DIA INTERNACIONAL DOS POVOS INDÍGENAS
13 DE DEZEMBRO	DIA NACIONAL DA PESSOA COM DEFICIÊNCIA VISUAL
20 DE DEZEMBRO	DIA INTERNACIONAL DA SOLIDARIEDADE HUMANA



# Consultoria Mais Diversidade

**A Mais Diversidade é a maior consultoria de diversidade e inclusão da América Latina.** Aliamos grande experiência de mercado a sólido conhecimento acadêmico para oferecer **soluções completas em diversidade e inclusão.**

Apoiamos empresas de diversos setores na construção de estratégias de diversidade alinhadas à cultura organizacional e necessidades de negócio. Nossa consultoria presta apoio na definição de objetivos estratégicos, engajamento de lideranças, revisão de políticas, monitoramento de KPIs, além de treinamentos, pesquisas, censos e recrutamento e seleção.

Partindo de pesquisas ou necessidades identificadas pelas organizações, traçamos um planejamento estratégico para contratação, desenvolvimento e retenção de funcionários representantes de grupos minorizados, a exemplo de mulheres, pessoas negras, com deficiência, LGBTI+, em situação de refúgio ou de diferentes gerações.

O diferencial da nossa atuação é a visão global da empresa, estimulando a sinergia entre Comunicação, Recursos Humanos, Sustentabilidade e outros departamentos da organização.

Para entrar em contato e conhecer com mais profundidade nossas soluções em diversidade, envie um e-mail para [contato@maisdiversidade.com.br](mailto:contato@maisdiversidade.com.br)

Não deixe de acompanhar o trabalho da Consultoria e as novidades dos negócios frente a temática! Siga suas plataformas digitais: no LinkedIn procure por Mais Diversidade e no Instagram siga a @maisdiversidade. Ainda, o site da consultoria é o [www.maisdiversidade.com.br](http://www.maisdiversidade.com.br).

# Agradecimentos

A produção desta cartilha somente foi possível graças à colaboração de parceiros que se dedicaram à revisão e contribuições para enriquecer o conteúdo do material. Por isso, dedicamos este capítulo especialmente para agradecer a parceria e para que você possa conhecer um pouco mais sobre elas.

## **Aliança Nacional LGBTI+**

Organização da sociedade civil, pluripartidária e sem fins lucrativos. Teve seu registro formal em 2003. Em 2016, deu início à organização do seu trabalho de promoção e defesa dos direitos humanos e cidadania, em especial da comunidade LGBTI+, nos estados brasileiros através de parcerias com pessoas físicas e jurídicas. Para atingir seus objetivos, a Aliança Nacional LGBTI+ atua no âmbito nacional com pessoas LGBTI+ e aliadas, além de organizações interessadas em apoiar a causa LGBTI+. [www.aliancagbti.org.br](http://www.aliancagbti.org.br).

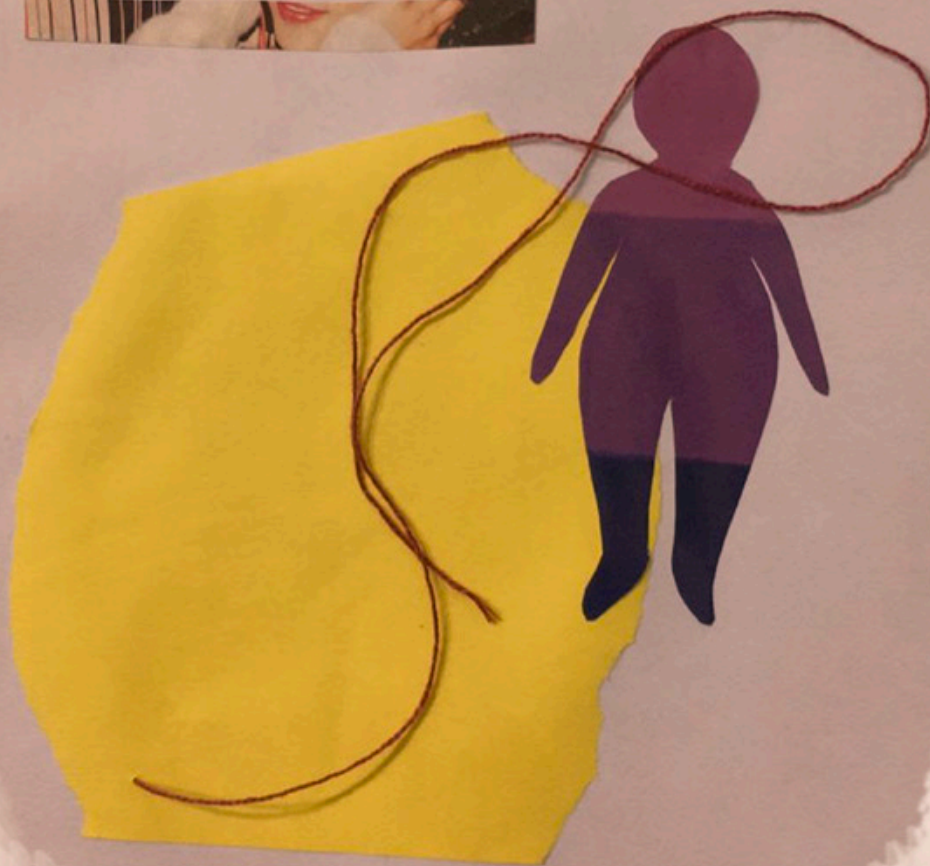
## **Associação Brasileira de Famílias Homotransafetivas (ABRAFH)**

A ABRAFH é uma entidade da sociedade civil organizada que reúne famílias na busca pelo reconhecimento social e pela proteção de seus membros. Originalmente integradas apenas pelas mídias sociais, as famílias que compõem nossa associação hoje estão distribuídas em uma rede de solidariedade e acolhimento que se expande por todas as regiões do Brasil e pelo exterior. Para a ABRAFH todas as famílias que possuam ao menos um componente LGBTI+ são famílias homotransafetivas e todas as configurações e composições familiares são bem-vindas e acolhidas sem preconceitos. [www.abrafh.org.br](http://www.abrafh.org.br).

## **Associação Nacional de Travestis e Transexuais (ANTRA)**

Fundada no ano de 2000, em Porto Alegre, a ANTRA é uma rede nacional que articula em todo o Brasil 127 instituições que desenvolvem ações para promoção da cidadania da população de Travestis e Transexuais. A missão da ANTRA é: “Identificar, Mobilizar, Organizar, Aproximar, Empoderar e Formar Travestis e Transexuais das cinco regiões do país para construção de um quadro político nacional a fim de representar nossa população na busca da cidadania plena e isonomia de direitos”. [www.antrabrasil.org](http://www.antrabrasil.org).

# Referências





**Calendário da Diversidade [DIVERSITY BBOX]**

**Disponível em:** [http://www.ssexbbox.com/arquivos/mail\\_janeiro2020/calendario\\_finalizado.pdf?utm\\_source=calendario](http://www.ssexbbox.com/arquivos/mail_janeiro2020/calendario_finalizado.pdf?utm_source=calendario)

**Calendário Dias e Semanas Internacionais. Organização das Nações Unidas. Disponível em:** <https://nacoesunidas.org/calendario/dias-e-semanas/>

**Cartilha Diversidade. Como promover um ambiente diverso e incluso nas sociedades de advogados. Centro de Estudos das Sociedades de Advogados. Disponível em:**

<https://movimentomulher360.com.br/wp-content/uploads/2019/04/cartilhadiversidade1.pdf>

**Cartilha de Segurança. Abrasce. Disponível em:** [www.abrasce.com.br](http://www.abrasce.com.br)

**Comunicação, diversidades e organizações: pensamento e ação [recurso eletrônico]/organização Else Lemos e Patricia Salvatori. – 1. ed. – São Paulo: Abrapcorp, 2019. Disponível em:** [http://portal.abrapcorp.org.br/wp-content/uploads/2019/05/1\\_abrapcorp\\_comunicacao\\_diversidades\\_organizacoes.pdf](http://portal.abrapcorp.org.br/wp-content/uploads/2019/05/1_abrapcorp_comunicacao_diversidades_organizacoes.pdf)

**FLEURY, Maria Tereza Leme. Gerenciando a diversidade cultural: experiências de empresas brasileiras.** In: Revista de Administração de Empresas. São Paulo, v. 40, n.3, p. 18-25, Jul-Set, 2000.

**Guia da Diversidade. Práticas e Compromissos da Companhia do Metrô. Companhia do Metropolitano de São Paulo – Metrô.**

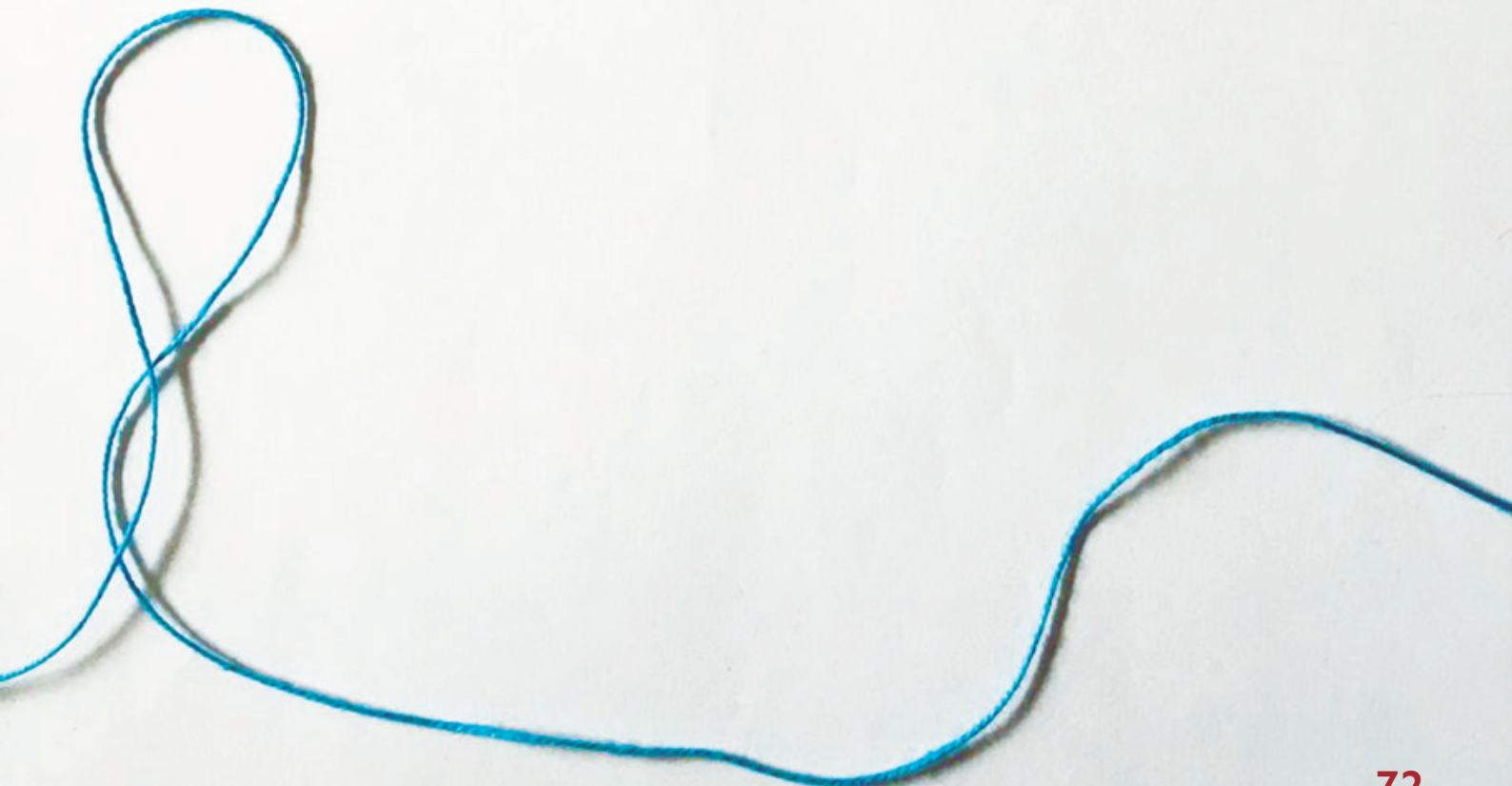
**Disponível em:** [http://agenciasabia.com.br/wp-content/uploads/2013/07/GuiaDeDiversidade\\_PG\\_170x225\\_vsG\\_DUPLAS.pdf](http://agenciasabia.com.br/wp-content/uploads/2013/07/GuiaDeDiversidade_PG_170x225_vsG_DUPLAS.pdf)

**Guia de Orientações Acessibilidade. Abrasce. Disponível em:**  
[www.abrasce.com.br](http://www.abrasce.com.br)

**Minimanual do Jornalismo Humanizado. Parte V: LGBT. Think Olga. Disponível em:** <https://olga-project.herokuapp.com/2018/01/31/minimanual-de-jornalismo-humanizado/>

**O Ministério Público e a Igualdade de Direitos para LGBTI: Conceitos e Legislação/Procuradoria Federal dos Direitos do Cidadão, Ministério Público do Estado do Ceará. – 2. ed., rev. e atual. – Brasília : MPF, 2017. Disponível em:** <http://www.mpf.mp.br/atuacao-tematica/pfdc/midiateca/nossas-publicacoes/o-ministerio-publico-e-a-igualdade-de-direitos-para-lgbti-2017>

**Valorizamos a Diversidade. Carrefour. Por um mundo mais justo. Disponível em:** <https://pt.slideshare.net/JuliaPajot/amostra-cartilha- apenas-para-visualizao>



# Sites e Publicações

As publicações e sites listados abaixo podem servir como fonte para aprofundamento nas questões de diversidade e base para o desenvolvimento de ações relacionadas à temática.

**Associação Nacional de Travestis e Transexuais** - [www.antrabrasil.org](http://www.antrabrasil.org)

**CONADE** - Conselho Nacional dos Direitos da Pessoa Portadora de Deficiência. [www.portal.mj.gov.br/conade](http://www.portal.mj.gov.br/conade)

**Cartilha Direito e Diversidade.** Ministério Público do Estado de São Paulo.

[http://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/cao\\_civel/acoes\\_afirmativas/inc\\_social\\_lgbtt/lgb\\_cartilhas/Direito\\_Diversidade.pdf](http://www.mpsp.mp.br/portal/page/portal/cao_civel/acoes_afirmativas/inc_social_lgbtt/lgb_cartilhas/Direito_Diversidade.pdf)

**Cartilha de Orientação para o Atendimento a Pessoas com Deficiência.** Rede de Reabilitação Lucy Montoro. [http://www.mpgg.mp.br/portalweb/hp/41/docs/cartilha\\_atendimento\\_pessoa\\_com\\_deficiencia\\_aureaeditora.pdf](http://www.mpgg.mp.br/portalweb/hp/41/docs/cartilha_atendimento_pessoa_com_deficiencia_aureaeditora.pdf)

**Dicas para Atender Bem LGBT.** Embratur, Ministério da Justiça e Cidadania, e Ministério do Turismo. [http://www.turismo.gov.br/images/pdf/03\\_11\\_2016\\_Cartilha\\_LGBT.pdf](http://www.turismo.gov.br/images/pdf/03_11_2016_Cartilha_LGBT.pdf)

**Enfrentando a discriminação contra lésbicas, gays, bissexuais, travestis, pessoas trans e intersexo.** Padrões de conduta para empresas. Organização das Nações Unidas <https://www.unfe.org/wp-content/uploads/2018/04/Padroes-de-conduta-para-empresas.pdf>

**Guia prático sobre Acessibilidade Web.** A2C [https://transforme.a2c.com.br/guia-de-acessibilidade-web?utm\\_source=blog-post&utm\\_medium=artigo&utm\\_campaign=artigo-acessibilidade-web&utm\\_content=Blog-post-acessibilidade-web](https://transforme.a2c.com.br/guia-de-acessibilidade-web?utm_source=blog-post&utm_medium=artigo&utm_campaign=artigo-acessibilidade-web&utm_content=Blog-post-acessibilidade-web)



**Laramara** - Associação Brasileira de Assistência ao deficiente visual - [www.laramara.org.br](http://www.laramara.org.br)

**Manual de Comunicação LGBTI.** Aliança Nacional LGBTI+ / GayLatino. <https://unaid.org.br/wp-content/uploads/2018/05/manual-comunicacao-LGBTI.pdf>

**Manual Orientador sobre Diversidade.** Ministério dos Direitos Humanos. [https://www.mdh.gov.br/todas-as-noticias/2018/dezembro/ministerio-lanca-manual-orientador-de-diversidade/copy\\_of\\_ManualLGBTDIGITAL.pdf](https://www.mdh.gov.br/todas-as-noticias/2018/dezembro/ministerio-lanca-manual-orientador-de-diversidade/copy_of_ManualLGBTDIGITAL.pdf)

**Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos.**  
[www.mdh.gov.br](http://www.mdh.gov.br)

**Nascidos Livres e Iguais.** Orientação Sexual e Identidade de Gênero no Regime Internacional de Direitos Humanos. Organização das Nações Unidas. [https://www.ohchr.org/Documents/Publications/BornFreeAndEqualLowRes\\_Portuguese.pdf](https://www.ohchr.org/Documents/Publications/BornFreeAndEqualLowRes_Portuguese.pdf)

**Pessoas Transgênero.** Nota Informativa. Organização das Nações Unidas. [https://unfe.org/system/unfe-91-Portuguese\\_TransFact\\_FINAL.pdf?platform=hootsuite](https://unfe.org/system/unfe-91-Portuguese_TransFact_FINAL.pdf?platform=hootsuite)

**Promoção dos Direitos Humanos de Pessoas LGBT no Mundo do Trabalho:** Construindo a igualdade de oportunidades no mundo do trabalho: combatendo a homo-lesbo-transfobia; OIT, UNAIDS, PNUD. [https://unaid.org.br/wp-content/uploads/2016/01/2015\\_ManualPromocaoDireitosLGBTTrabalho\\_PT\\_V2.pdf](https://unaid.org.br/wp-content/uploads/2016/01/2015_ManualPromocaoDireitosLGBTTrabalho_PT_V2.pdf)



# Ficha Técnica

ABRAÇANDO A DIVERSIDADE E A INCLUSÃO - O papel dos shopping centers na promoção de espaços mais inclusivos e livres de discriminação

**Realização:** Associação Brasileira de Shopping Centers (Abrasce)

**Co-realização:** Consultoria Mais Diversidade

**Corpo editorial:** Raphael Santos Freire (redação), Gabriel Mayer Wagner, Gabriella Oliveira

**Colaboração:** Aliança Nacional LGBTI+, Associação Nacional de Travestis e Transexuais (ANTRA) e Associação Brasileira de Famílias Homotransafetivas (ABRAFH)

**Projeto Gráfico:** Zootz

**Produzido em 2020**

**Citação sugerida:**

ABRASCE, org. Abraçando a Diversidade e a Inclusão: O papel dos shopping centers na promoção de espaços mais inclusivos e livres de discriminação. São Paulo: Associação Brasileira de Shopping Centers, 2020.



*Penson shopping*  
*penson*  
**ABRASCE**



[www.abrasce.com.br](http://www.abrasce.com.br)

