



RP INCLUSIVAS: EM BUSCA DA EQUIDADE DE GÊNERO NA COMUNICAÇÃO

Maria Luiza Lucas Melo, discente de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda,
Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja

Juliana Petermann, docente do Departamento de Ciências da Comunicação,
Universidade Federal de Santa Maria

Fernanda Sagrilo Andres, docente do Departamento de Ciências da Comunicação,
Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja

marialucas.aluno@unipampa.edu.br

Este trabalho visa apresentar as atividades desenvolvidas e também as programadas para o projeto extensionista - RP Inclusivas: a diversidade na comunicação. A metodologia utilizada como base é a análise documental (MICHEL, 2009), na qual investigamos registros que são pertinentes ao projeto, como por exemplo: planejamentos de campanhas de anos anteriores, pesquisas recentes e conteúdos nas redes sociais e a pesquisa participante Gil (2002). Criado a partir de inspirações como: *Think Eva*; 50|50; e a agência publicitária 65/10, o projeto teve início em 2017, com o objetivo de promover atividades comunicacionais inclusivas, tanto no âmbito acadêmico como no mercadológico, desenvolvendo ações que mostrem como a comunicação e as práticas de relações públicas podem ser mais humanizadas, responsáveis, honestas e inovadoras. A primeira ação do projeto foi em 2018, com o lançamento do Afrodrive, uma ferramenta potencializadora de inclusão negra nos meios de comunicação. No ano 2019, foram produzidas duas ações: o DiversiCast, *podcast* que visa debater diversidade e dar visibilidade aos grupos minoritários, e o IN-PALCO, mostra de dança inclusiva, sem caráter competitivo, com a proposta de refletir a falta de acessibilidade em eventos. Em 2020, o RP Inclusiva se direcionou para a discussão da equidade de gênero, lançando a campanha Sentido A, na qual buscava discutir, informar e gerar ações que incentivassem cada vez mais mulheres nos eixos da pesquisa e do mercado comunicacional. Com o pensamento de que mulheres devem estar presentes, seguras e fazendo a diferença na Comunicação, em 2021, o RP Inclusivas, através do TELAS - Pesquisa Colaborativa e do Nós - Pesquisa Criativa, fez uma parceria com uma de suas inspirações, o “Projeto 50|50 - Equidade de gênero na Comunicação”. O 50|50 surgiu em 2017, na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), pois devido a predominância masculina nos departamentos de criação das agências publicitárias, apenas 20% das profissionais da área são mulheres, e para além disso, há o fato de que o gênero feminino ocupa um espaço minoritário em cargos de liderança na área da Comunicação, o que acaba reforçando comportamentos machistas e sexistas. Este cenário acaba fazendo com que muitas alunas percam o interesse/motivação pelo campo, e com esta perspectiva, o 50|50 busca despertar inquietações referentes às representações de gênero que são impostas na sociedade. Em 2021, através do ensino remoto, fez-se possível tornar o projeto interinstitucional, levando-o para além da UFSM, alcançando também a Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA) e a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

Com a colaboração entre as universidades, as ações do RP Inclusivas, em 2021, se dão em conjunto com o 50|50, pois entende-se que não basta apenas lutar por mudanças somente de uma área da Comunicação, mas sim em todas, a citar: o jornalismo, a publicidade e as relações públicas. Através da rede social *Instagram*, a campanha deste ano utiliza as ferramentas disponíveis na plataforma para divulgar o projeto, sua história e seus próximos passos, sendo divulgado por meio dos perfis dos projetos colaboradores. A campanha de 2021 visa discutir as relações de gênero na Comunicação, promovendo ações que alcancem os três campos da área, através de seis encontros síncronos entre as três universidades e um separadamente, para que cada instituição possa desenvolver uma roda de conversa entre suas estudantes, estimulando o tema da campanha e abrindo espaço para a discussão. Os seis encontros síncronos constam em uma abertura com ação cultural e cinco palestras que beneficiem tanto as alunas de jornalismo, de publicidade como as de relações públicas. Os temas oferecidos são: Diversidade e equidade nas organizações; Mulher e síndrome de impostora; Coletividade, diversidade e mudança social; Mulheres na liderança; Criatividade e Diversidade. A campanha de 2021 têm recebido cada vez mais engajamento e atenção das alunas dos cursos de Comunicação, inquietações que nasceram de forma separada nas instituições, cresceram e se encontraram através do evento interinstitucional. Este que está ganhando mais destaque entre as jovens estudantes da área, pois com a utilização do *Instagram* para divulgação, o alcance entre as alunas é bem amplo, além do perfil oficial da campanha, os projetos que estão colaborando também divulgam em seus perfis individuais, assim alcançando de forma mais direta o público de cada universidade. Com esse espaço aberto para discussão, o projeto está sendo capaz de beneficiar futuras publicitárias, jornalistas e relações públicas, promovendo ações que ajudem as jovens a expressarem suas potencialidades e criarem estratégias para alcançarem qualquer cargo desejado. Assim, aos poucos, buscamos tornar a área da Comunicação um lugar mais seguro e justo para as mulheres.

Agradecimentos: Programa de Desenvolvimento Acadêmico (PDA) da UNIPAMPA.

Palavras-chave: Gênero; Equidade; Comunicação.