



Abrindo portas para equidade
de gênero na comunicação



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
Edital 028/2021 Fundo de Incentivo ao Ensino - FIEEn/2021 PROGRAD/UFSM**

**PROJETO 50/50 - Abrindo portas para equidade de gênero na comunicação
Edital Bolsista 001/2021**

**SELEÇÃO DE BOLSISTA PARA O PROJETO DE ENSINO 50/50 - ABRINDO PORTAS
PARA EQUIDADE DE GÊNERO NA COMUNICAÇÃO**

Eu, Juliana Petermann, coordenadora do grupo Nós Pesquisa Criativa e do projeto de ensino 50/50 - Abrindo portas para equidade de gênero na comunicação, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), torno público o presente edital de seleção:

1. INSCRIÇÕES: As inscrições serão realizadas de 03 a 08 de setembro, por meio do envio da documentação abaixo descrita, **para o e-mail: petermann@ufsm.br**

2. PROCESSO SELETIVO: O processo seletivo ocorrerá a partir de análise dos documentos enviados.

2.2 DOCUMENTAÇÃO NECESSÁRIA:

- Cópia do RG/CPF
- Comprovante de matrícula na Universidade Federal de Santa Maria.
- Carta de intenções, respondendo a questão: Porque você quer ser bolsista do projeto 50/50? Leia com atenção a minuta do projeto no ANEXO A.
- A carta deve ser enviada em formato PDF, com uma lauda, em fonte Arial tamanho 10 e espaçamento entre linhas de 1,5.
- Enviar toda a documentação para o e-mail: petermann@ufsm.br

3. CRONOGRAMA:

- Período de inscrição: 03 a 08 de setembro de 2021, às 18h.
- Divulgação do resultado preliminar: 08 de setembro de 2021

- Recursos: 09 de setembro de 2021
- Divulgação do resultado final: 10 de setembro de 2021

4. REQUISITOS E COMPROMISSOS DA BOLSISTA

- Estar regularmente matriculada e frequentando, na UFSM, um curso de graduação (licenciatura, bacharelado ou curso superior de tecnologia) ou pós-graduação.
- Para as solicitantes lotadas nas Escolas Técnicas da UFSM é permitida a indicação de acadêmica de curso de ensino médio ou profissionalizante.
- Não receber outra bolsa (exceção da PAM e BSE).
- Ter disponibilidade de 20 horas semanais para trabalhar no projeto.
- Ter os dados pessoais (e-mail e telefone) atualizados junto à COFRE/COREM (ex-DERCA) e no Portal do Aluno.
- Possuir conta corrente pessoal (código 001), preferencialmente, no Banco do Brasil ou Caixa Federal, para viabilizar implantação da bolsa, não sendo permitidas conta bancária conjunta ou de terceiros, conta salário, conta poupança, conta fácil ou outras que exijam código de identificação de transferência diferente do código 001.
- O não atendimento aos itens acima mencionados implicará no cancelamento da bolsa.

DAS BOLSAS: As bolsas previstas nos projetos FIE n terão valor mensal de R\$ 400,00 (quatrocentos reais) e a duração de cinco meses, a contar do início da vigência do projeto (setembro de 2021 a janeiro de 2022). Leia com atenção o plano de trabalho da bolsista no ANEXO B.

Santa Maria, 03 de setembro de 2021.

Juliana Petermann

Profa Dra. Juliana Petermann
Coordenadora do Nós – Pesquisa Criativa
Coordenadora do 50/50 - Abrindo portas para equidade de gênero na comunicação

ANEXO A

1. **Minuta de Projeto:** 50|50 - Igualdade de gênero no ensino e no mercado publicitário/Versão 2021 em TER

2. **Caracterização e Justificativa;**

O projeto 50/50 - Igualdade de gênero no ensino e no mercado publicitário foi contemplado, em primeiro lugar, com recursos deste edital, em sua primeira edição do FIEN, no ano de 2017. De lá para cá o projeto cresceu, desenvolveu-se e contribuiu significativamente com a formação de muitas estudantes. Não apenas no âmbito da graduação: o 50/50 foi às escolas de ensino médio conversar com meninas e meninos sobre mídia, publicidade e representatividade. No âmbito da pós-graduação, o projeto foi inspiração para dissertações de mestrado, artigos e capítulos de livro. Com o início da pandemia no ano de 2020, o projeto, assim como todos os aspectos das nossas vidas, precisou se adaptar ao formato remoto. No ano de 2020, o projeto despertou o interesse da UFRGS e da Unipampa. Assim, neste ano de 2021, estabelecemos parcerias com os Cursos de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, a UFRGS, assim como com o PPGCOM da mesma universidade, e com os Cursos de Comunicação Social da Universidade Federal do Pampa, a Unipampa. Para o ano de 2021, pretendemos desenvolver atividades específicas no âmbito da UFSM como rodas de conversa, encontros com psicóloga, oficinas de retórica, entre outras, além de promover atividades que abranjam as três universidades: UFSM, UFRGS e Unipampa. Nossa intenção é que o projeto expanda seus limites, ganhe visibilidade e amplie sua capacidade de atuação, a partir do potencial das Tecnologias Educacionais em Rede (TER). Além disso, entendemos que um projeto integrado, que conecte o Estado do Rio Grande do Sul de leste a oeste tem o potencial de despertar a atenção do mercado publicitário, fazendo com que as questões que são foco do projeto - e que dizem respeito às desigualdades de gênero na publicidade e na comunicação - acabem por receber o cuidado necessário no âmbito mercadológico. Este projeto justifica-se tendo em vista que muitos são os exemplos que nos fazem pensar que a criação publicitária não está acertando o tom na conversa com as mulheres, e aqui estamos falando especificamente das questões de gênero. Isto se dá, para além da cultura machista no discurso publicitário e na sociedade, muito possivelmente porque estamos tratando de um subcampo que se configura como um lugar de predominância masculina na própria prática: a área da criação publicitária é constituída em 74% por homens, somente 24% são mulheres. Tendo em vista estas considerações iniciais, organizamos o seguinte problema que sustenta este projeto: Desde o âmbito acadêmico até o do mercado publicitário, como podemos, por meio de atividades de ensino em rede, reconfigurar questões de gênero, tanto no que diz respeito às práticas quanto aos discursos? Partindo desse contexto, o **“Projeto 50|50 - Igualdade de gênero no ensino e no mercado de trabalho”**, desde 2017 vem propondo uma série de ações nos âmbitos acadêmico e mercadológico, considerando especialmente a área da comunicação social, com ênfase na propagação da diversidade no que se refere à representação de gênero, bem como na contribuição para a redução de comportamentos sexistas. As atividades do projeto iniciaram no ano de 2017 com uma roda de conversa, realizada na agência experimental da Facos. Neste primeiro encontro ficou evidente a necessidade do apoio de uma profissional da área de psicologia, visto que os desabafos e as inseguranças das alunas estavam diretamente ligadas às desigualdades de gênero vivenciadas nas relações sociais cotidianas. A partir da necessidade de entender melhor a construção social dos gêneros para além da publicidade, a segunda roda de conversa contou com a presença de uma psicóloga, e nesse momento foi possível visualizar a potência transformadora das discussões sobre gênero na comunicação. Após as duas rodas de conversa direcionamos as atividades do projeto para as oficinas técnicas. Iniciamos com uma oficina sobre criatividade em que contamos com a presença da diretora de criação da agência de propaganda Dama. Nesta oficina, as alunas conheceram algumas técnicas de criatividade aplicadas nos trabalhos publicitários. A segunda oficina foi sobre redação publicitária e para trabalhar esse assunto com as alunas, contamos com a presença da sócia-fundadora da Dama e com mais uma profissional da área de redação da agência. As alunas puderam aprender mais sobre a criação de textos em uma agência e logo após fizeram exercícios em grupo. A terceira e última oficina ministrada pela agência Dama foi sobre direção de arte, fechando o as atividades sobre criação publicitária. Ainda, no final do ano de 2017, o projeto 50/50 realizou um evento em que toda a divulgação e a organização foi realizada pelas alunas que participaram do projeto ao longo do ano. As alunas criaram a marca do projeto e do evento, todo o material de divulgação e ainda, auxiliaram na organização do mesmo. Com a verba do FIEN/2017 foi

possível contratar duas consultorias de comunicação da cidade de São Paulo para conversarem sobre a importância da diversidade na criação do produto publicitário. As consultorias são: 65/10, que trabalha com o feminino no mercado publicitário e conseqüentemente em anúncios. A segunda consultoria é a Pajubá que trabalha com diversidade na publicidade. No ano de 2018, retomamos o 50/50 com uma roda de conversa para conhecer melhor as alunas e suas expectativas em relação ao projeto. Identificamos a necessidade de realizar uma oficina sobre expressão corporal, já que as alunas solicitaram atividades para vencer a timidez. Então, a segunda atividade do projeto do ano de 2018 foi de expressão corporal, ministrada por uma formanda em publicidade e propaganda da UFSM e que também fazia curso de teatro. Após essa oficina, direcionamos o projeto para atividades mais técnicas, que também foram solicitadas pelas alunas. Realizamos uma oficina de photoshop e outra de premier, visto que são softwares utilizados na criação de peças publicitárias. No final do ano de 2018, mais um evento foi realizado e contou com a palestra da publicitária Lara Thomazini, que faz parte do Grupo de Planejamento de São Paulo, e que apresentou uma importante pesquisa realizada sobre assédio nas maiores agências do país. Este evento do 50/50 fez parte de um evento ainda maior, que foi o I Fórum de Direitos Humanos da UFSM, somando essas pautas. No ano de 2019, iniciamos com uma roda de conversa com as alunas, com o objetivo de apresentar o projeto e conhecê-las. A segunda roda de conversa contou com a presença da publicitária Raquel Martins que é sócia-proprietária de uma agência em Santa Maria, e a profissional falou sobre liderança feminina na publicidade. Ainda, mais três oficinas foram ministradas: photoshop, premiere e de planejamento de evento, visto a necessidade desses conteúdos para realização do evento final do projeto. Assim, em dezembro de 2019 as alunas do projeto 50/50 organizaram mais um evento, que contou com a apresentação da publicitária Hallana Vitória - pesquisadora sobre as mulheres negras publicitárias. Ainda, aconteceu o lançamento de dois livros sobre publicidade e mais um podcast sobre o assunto. No ano de 2020, com o impacto da pandemia, o projeto 50/50 se concentrou em pesquisas, inspirando uma pesquisa de mestrado sobre as questões de gênero no mercado publicitário, e em entrevistas sobre o tema para outras Universidades. O desempenho do projeto na UFSM despertou o interesse de outras duas universidades: a UFRGS e a Unipampa. Com as Tecnologias Educacionais em Rede (TER) percebemos que estava aí a possibilidade de elaborar um planejamento interinstitucional do projeto, envolvendo as três universidades, contemplando um número maior de estudantes, fortalecendo o projeto e dando visibilidade estadual para suas ações.

3. Objetivos e Metas;

- Levar a discussão sobre gênero e sobre representatividade para a sala de aula no Curso de Publicidade e Propaganda e outros Cursos de Comunicação Social na UFSM, UFRGS e na UNIPAMPA, por meio das Tecnologias Educacionais em Rede (TER);
- Promover, por meio das Tecnologias Educacionais em Rede (TER), atividades de capacitação na área da criatividade e da comunicação;
- Orientar, por meio de rodas de conversa, as estudantes sobre estratégias de posicionamento tanto na academia quanto no mercado, de modo que não sejam forçadas ao abandono da profissão depois de formadas;
- Organizar encontros virtuais, via plataformas digitais, com professores e professoras dos cursos de Comunicação das três universidades envolvidas no projeto;
- Promover, entre as estudantes e os estudantes, oficinas e palestras, em ambiente digital, sobre o tema para conscientizar e envolver todos e todas na discussão;
- A partir da experiência do desenvolvimento interinstitucional do projeto, pretendemos desenvolver um conjunto de registros e de orientações sobre a organização de cada uma das atividades. Dessa forma, temos a intenção de proporcionar a aplicação do projeto em outras universidades.

4. Metodologia:

O desenvolvimento do projeto interinstitucional e em rede estará centrado nas ações propostas e pelas técnicas que cada uma delas demanda. Este projeto contará com a atuação conjunta do laboratório do Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, Facos Agência, do Grupo de Pesquisa Nós - Pesquisa Criativa, registrado no CNPQ e certificado por esta Universidade, do Grupo TELAS Pesquisa Colaborativa, da Universidade Federal do Pampa e do Projeto Rumos da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Além disso, o projeto envolve os programas de pós-graduação em Comunicação da UFSM e da UFRGS. A seguir detalharemos cada um dos objetivos e metas a partir dos procedimentos que cada uma delas demanda:

- Levar a discussão sobre gênero e sobre representatividade para a sala de aula no Curso de Publicidade e Propaganda e outros Cursos de Comunicação Social na UFSM, UFRGS e na UNIPAMPA, por meio das Tecnologias Educacionais em Rede (TER): organizar com auxílio dos Grupos de Pesquisa envolvidos no projeto um material didático que possibilite essa discussão ainda que no ensino remoto;
- Promover, por meio das Tecnologias Educacionais em Rede (TER), atividades de capacitação e de consultorias na área da criatividade e da comunicação: organização de oficinas em rede e curadoria de conteúdos (distribuídos via grupo de Telegram) da área de Criação Publicitária, Direção de Arte e Redação (áreas às quais as meninas possuem menos acesso no mercado de trabalho); e curadoria e apresentação de pesquisas científicas sobre gênero e comunicação. As atividades serão organizadas por bolsistas e por integrantes dos Grupos Nós, Telas e Rumos.
- Orientar, por meio de rodas de conversa, as estudantes sobre estratégias de posicionamento tanto na academia quanto no mercado, de modo que não sejam forçadas ao abandono da profissão depois de formadas: As rodas devem dar protagonismo à fala das estudantes, sendo um espaço para que compartilhem suas inseguranças e sintam-se à vontade para isso. Estes eventos em rede podem contar com a participação de publicitárias que possam compartilhar suas experiências, motivando as estudantes. Além disso, podemos ter a presença de profissional da psicologia para acompanhamento das atividades.
- Organizar encontros virtuais, via plataformas digitais, com professores e professoras dos cursos de Comunicação das três universidades envolvidas no projeto: professores e professoras serão convidados a discutir sobre o tema, tendo em vista que a primeira reflexão necessita partir do corpo docente. Nestas conversas, pretendemos discutir sobre como a discussão sobre igualdade de gênero pode contribuir com um ambiente de sala de aula mais saudável. Estes encontros serão promovidos pelo Grupo de Pesquisa - Nós, que também levará dicas que como tornar a sala de aula mais inclusiva e mais criativa, a partir do compartilhamento de recursos didáticos que foram e estão sendo pesquisados e elaborados pelo grupo;
- Promover, entre as estudantes e os estudantes, oficinas e palestras, em ambiente digital, sobre o tema para conscientizar e envolver todos e todas na discussão: As palestras terão os seguintes temas e as respectivas palestrantes: Diversidade nas organizações, mulher e síndrome de impostora, com Dani Arrais (Criadora da Contente e do Programa Fala que eu te escuto impostora); Gênero na indústria da comunicação, com a publicitária Thaís Fabris da consultoria 65|10; Criatividade: da ideia à apresentação, com Clariza Rosa da Silva Produtora; Mulheres na liderança, com Ana Cortat; e Criatividade e Diversidade com Joana Mendes, Diretora de Criação e Criadora do YGB. As palestras serão organizadas ao longo do período do projeto.
- A partir da experiência do desenvolvimento interinstitucional do projeto, pretendemos desenvolver um conjunto de registros e de orientações sobre a organização de cada uma das atividades. Dessa forma, temos a intenção de proporcionar a aplicação do projeto em outras universidades: Desenvolver cartilhas e materiais didáticos, com o auxílio de bolsistas e por integrantes dos Grupos Nós, Telas e Rumos, que orientem sobre as atividades básicas e sobre os pressupostos do projeto, que permitam a aplicação do projeto em outras universidades.

5. Resultados e/ou Impactos Esperados:

Contribuir para a formação integral do aluno e da aluna: a partir das discussões sobre gênero e sobre representatividade nas sala de aula, com o auxílio das Tecnologias Educacionais em Rede, nos Cursos de Comunicação envolvidos, com a utilização de cartilhas e materiais didáticos, desenvolvidos com o auxílio de bolsistas e por integrantes dos Grupos Nós, Telas e Rumos.

Proporcionar o envolvimento de laboratórios de pesquisa no ensino: O projeto contará, em todas as suas atividades, com o auxílio de bolsistas e de integrantes dos Grupos Nós, Telas e Rumos, além dos mestrandos e doutorandos dos programas de pós-graduação em comunicação da UFSM e da UFRGS.

Proporcionar melhora na infraestrutura (salas de aula, laboratórios, biblioteca, TI): Aumento das bibliografias sobre gênero, tanto pela necessidade que irá surgir quanto com as produções incentivadas pelo próprio projeto.

Contribuir para a redução da evasão e conclusão do curso no prazo: A igualdade de gênero no ambiente acadêmico incentiva a discussão do assunto entre estudantes e servidores/as da Universidade e, assim, contribui para a desconstrução dos estereótipos de gênero, evita possíveis situações de assédio e machismo, facilitando a permanência das alunas nos cursos de graduação, mestrados e ou doutorados. Além disso, as rodas de conversa e os ambientes de acolhimento

proporcionados pelo projeto minimizam os riscos de evasão. Por último, as atividades de capacitação do projeto, via palestras, consultorias e curadorias de conteúdo são formas de complementar o aprendizado, o que se reflete nas demais disciplinas, diminuindo, inclusive, os prejuízos derivados da adaptação abrupta ao ensino remoto.

Envolver atividades de compromisso social (inclusão social e/ou cuidado c/ meio ambiente): Todas as atividades do projeto são baseados no compromisso social de inclusão e de diversidade, fomentadas pela discussão do assunto e estimulando o protagonismo e a autonomia das alunas na organização desses encontros, ainda que no ambiente digital e remoto.

Envolver métodos de ensino atualizados e inovadores: professores e professoras serão convidados a discutir sobre o tema, tendo em vista que a primeira reflexão necessita partir do corpo docente. Nestas conversas, pretendemos discutir sobre como a discussão sobre igualdade de gênero pode contribuir com um ambiente de sala de aula mais saudável. Os encontros com docentes e a proposição de que salas de aula mais igualitárias, mais diversas e mais representativas podem ser mais saudáveis, serão baseados também em propor reformulações das práticas didáticas.

Proporcionar a capacitação pedagógica dos e das docentes: A partir das discussões sobre desigualdade de gênero, docentes e estudantes terão a possibilidade de pensar, refletir e reestruturar o processo de ensino e aprendizagem, ainda que no ensino remoto.

Envolver estratégias de complementação de aprendizado: Projeto 50/50 em TER vai oferecer consultoria e curadoria sobre cursos técnicos (de softwares, de fotografias, edição de imagens, sobre criatividade...)

Envolver atividades de empreendedorismo e inovação: Promover oficinas e palestras sobre os temas: Diversidade nas organizações, mulher e síndrome de impostora; Gênero na indústria da comunicação; Criatividade, da ideia à apresentação; Mulheres na liderança; Criatividade e Diversidade.

Proporcionar integração entre diferentes áreas de conhecimento: As pesquisas desenvolvidas na Instituição podem compor um banco de dados sobre gênero, assunto pouco explorado na academia, divulgando a visão de diversas áreas sobre as relações de gênero que se estabelecem nos ambientes de trabalho, atuação profissional e os impactos disso na sociedade como um todo. Além disso, o projeto 50/50 em TER permitirá a integração de todos os cursos da Comunicação Social, além da riquíssima troca entre as áreas da comunicação e dos estudos de gênero.

Contribuir para a melhora dos índices de qualidade dos cursos (CPC, ENADE, Conceito de Curso): A manutenção do projeto pode tornar a UFSM uma referência no incentivo da produção de pesquisa de gênero, aumentando os conceitos dos cursos que participarem.

6. Referências Bibliográficas;

BUTLER, J. **Problemas de gênero:** feminismo e subversão da identidade. Tradução: Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

FABRIS, T. Na publicidade, o machismo é a regra da casa. [março 2015] Andrea Dipp. **Carta Capital**, São Paulo, 22 mar 2015. Versão digital. Disponível em <<http://www.cartacapital.com.br/sociedade/machismo-e-a-regra-da-casa-4866.html>> Acesso em: 20 jun 2017.

LOURO, G. L. **Gênero, sexualidade e educação:** uma perspectiva pós-estruturalista. 10ª ed, Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

MACHADO, C. M.; PERIPOLLI, J. C.; MARQUES, M. E. F. A mulher publicitária, preconceito e espaço profissional: estudo sobre a atuação de mulheres na área de criação em agências de comunicação em Curitiba. **Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Curitiba, 2009. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1206-1.pdf>> Acesso em: 20jun 2017.

ANEXO B

EDITAL N. 028/2021 – UFSM/PROGRAD/FIEn Plano de trabalho - Bolsista

NOME DO PROJETO: 50|50 - Igualdade de gênero no ensino e no mercado publicitário

SHAPE DO/A PROPONENTE: 3508661

Descrição detalhada das atividades do bolsista

O “Projeto 50|50 - Igualdade de gênero no ensino e no mercado de trabalho”, desde 2017 vem propondo uma série de ações nos âmbitos acadêmico e mercadológico, considerando especialmente a área da comunicação social, com ênfase na propagação da diversidade no que se refere à representação de gênero, bem como na contribuição para a redução de comportamentos sexistas. Para a operacionalização desta proposta, o(a) bolsista acompanhará todo o desenvolvimento do projeto, sendo responsável pelas seguintes atividades:

- (1) Desenvolvimento de **leituras** sobre as temáticas: gênero e representatividade (estudo e pesquisa);
- (2) Promoção de **atividades de capacitação** na área da criação publicitária, com foco nas estudantes do curso: organização de oficinas em rede e curadoria de conteúdos, especialmente na área de Criação Publicitária, Direção de Arte e Redação (áreas às quais as meninas possuem menos acesso no mercado de trabalho); e curadoria e apresentação de pesquisas científicas sobre gênero e comunicação;
- (3) Organização de **rodas de conversa em rede** com as estudantes do Curso de Publicidade e Propaganda sobre estratégias de posicionamento tanto na academia quanto no mercado, de modo que não sejam forçadas ao abandono da profissão depois de formadas. As rodas devem dar protagonismo à fala das estudantes, sendo um espaço para que compartilhem suas inseguranças e sintam-se à vontade para isso. Estes eventos em rede podem contar com a participação de publicitárias que possam compartilhar suas experiências, motivando as estudantes;
- (4) Promoção de **palestras em rede** sobre os temas: Diversidade nas organizações, mulher e síndrome de impostora, com Dani Arrais (Criadora da Contente e do Programa Fala que eu te escuto impostora); Gênero na indústria da comunicação, com a publicitária Thaís Fabris do projeto 65|10; Criatividade da ideia à apresentação, com Clariza Rosa da Silva Produtora; Mulheres na liderança, com Ana Cortat; e Criatividade e Diversidade com Joana Mendes, Diretora de Criação e Criadora do YGB;
- (5) Produção de **material didático - cartilhas 50/50**, que orientem sobre as atividades básicas e sobre os pressupostos do projeto, que permitam a aplicação do projeto em outras universidades;
- (6) Participação do processo de **avaliação** das atividades previstas no projeto (avaliação e elaboração de relatório).

Cronograma das atividades do bolsista

Atividade/Mês	setembro	outubro	novembro	dezembro	janeiro
Leituras orientadas	x	x	x	x	x
Atividades de capacitação		x	x		
Rodas de conversa	x	x			
Palestras em rede			x	x	
Material didático				x	x

Avaliação					x
-----------	--	--	--	--	---