

DIA INTERNACIONAL DA MULHER

Área temática: Comunicação

Cláudia Mara Stapani Ruas¹
Amanda da Rocha Ribeiro²;
Bruno Nicolau Paniago dos Santos²;
João Vítor Tadano da Costa³;
Kauê Santos Duarte⁴;
Tobias Figueredo Nessimian⁵.

RESUMO:

A Agência Experimental Mais Comunicação, projeto de extensão da Universidade Católica Dom Bosco (UCDB), tem a coordenação do curso de Publicidade Propaganda. Suas atividades têm como objetivo criar ações que possam interferir de forma positiva na realidade social focando o atendimento às instituições do terceiro setor na realização de ações e eventos de cunho social. A partir de 1975 a Organização das Nações Unidas (ONU) oficializou o dia 8 de março como o Dia Internacional da Mulher. Pela importância que a data conquistou ao longo das últimas décadas, a Agência Mais Comunicação decidiu planejar, criar e produzir uma campanha que mostrasse o empoderamento feminino e esclarecendo que se trata de uma luta que ainda está em curso. Para chegar ao resultado criativo a metodologia utilizada foi, além da revisão bibliográfica, uma pesquisa realizada com nosso público alvo: mulheres, acadêmicas, idade acima de 18 anos. Com o resultado da pesquisa partiu-se para a criação de peças publicitárias para ser veiculada, principalmente, na plataforma *web*. Os acadêmicos extensionistas da Agência Mais tinham o desafio de criar peças inovadoras. Desafio aceito, pois as peças saíram do comum, não usaram a cor rosa, não usaram flores, coisas que na opinião do *target* não sensibilizam mais. Peças publicitárias aprovadas e veiculadas exaltaram a competência, talento e o sucesso conquistado por algumas mulheres públicas e famosas. Para expressar essa realidade foi feita a edição das imagens, misturando o rosto de algumas acadêmicas de diversos cursos da Universidade que participaram da pesquisa, com o rosto de mulheres famosas que servem de inspiração para elas. Algumas mulheres utilizadas nas fotos como fonte de inspiração foram: Frida Kahlo, Marta e Fernando Montenegro. O resultado foi o engajamento de centenas de acadêmicas que se pronunciaram a favor da mensagem e compartilharam as peças em suas redes sociais.

Palavras-chave: Propaganda, Empoderamento feminino, Mídia digital

¹ Professora supervisora da Agência Experimental Mais Comunicação. E-mail: claudia@ucdb.br

² Graduanda em Publicidade e Propaganda, 1º Semestre. Universidade Católica Dom Bosco.

² Graduando em Publicidade e Propaganda, 3º Semestre. Universidade Católica Dom Bosco.

³ Graduando em Publicidade e Propaganda, 1º Semestre. Universidade Católica Dom Bosco.

⁴ Graduando em Publicidade e Propaganda, 1º Semestre. Universidade Católica Dom Bosco.

⁵ Graduando em Design, 1º Semestre. Universidade Católica Dom Bosco.

INTRODUÇÃO

A Agência Experimental Mais Comunicação é um projeto de extensão da UCDB sob a coordenação do curso de Publicidade Propaganda.

O objetivo desse trabalho consistiu em planejar, criar e produzir uma campanha institucional que provocasse uma reflexão a respeito do empoderamento feminino. Tema escolhido por ter sido o termo mais procurado no Brasil em plataformas digitais no ano de 2017, segundo um estudo sobre tendência divulgada pelo site Shutterstock.

No dia 08 de março de 2018, dia em que se comemora o Dia Internacional da Mulher, acadêmicos extensionistas e voluntários planejaram, criaram e produziram peças publicitárias para serem veiculadas na plataforma web a respeito do tema.

O procedimento metodológico utilizado para a elaboração desse trabalho foi a pesquisa bibliográfica e uma pesquisa de campo realizada com nosso público alvo: mulheres, acadêmicas, idade acima de 18 anos.

Após análise dos dados obtidos com a pesquisa junto ao *target* decidiu-se trabalhar sobre o empoderamento feminino, mostrando que as mulheres precisam reconhecer que elas são capazes de fazer e conseguir tudo a que se propõe.

Para expressar essa realidade foi feita a edição das imagens, misturando o rosto de algumas acadêmicas de diversos cursos da Universidade e que participaram da pesquisa, com o rosto de mulheres famosas que servem de inspiração para elas. Algumas mulheres utilizadas nas fotos como fonte de inspiração foram: Frida Kahlo, Marta e Fernanda Montenegro.

Com essa linguagem visual, o impacto e a participação dessas jovens universitárias no compartilhamento das mensagens tiveram um ótimo resultado e um excelente engajamento.

MULHER E SEU EMPODERAMENTO

Pela importância que as mulheres vêm conquistando ao longo dos anos é importante refletir sobre suas conquistas, mas também ressaltar que ainda há um longo caminho a ser conquistado.

Conceitualmente o termo “empoderamento” significa assegurar que, tanto homens quanto mulheres, se beneficiem dos mesmos direitos ocupando espaços de poder que tenham reconhecimento e equiparação salarial. Empoderar-se é o ato de tomar poder sobre si, como por exemplo o empoderamento dos negros, dos idosos e das mulheres.

O empoderamento feminino nada mais é do que a consciência coletiva expressada por ações para fortalecer as mulheres e desenvolver a equidade de gênero. Pessoas oprimidas ou que recebem menos atenção na nossa sociedade, muitas vezes não têm consciência de seu próprio poder e, as mulheres, estão incluídas neste grupo.

Em 2010, a Organização das Nações Unidas (ONU) lançou os princípios de empoderamento das mulheres com objetivo de colocar em prática seus propósitos para um mundo melhor. São eles: 1-Estabelecer liderança corporativa sensível à igualdade de gênero, no mais alto nível. 2 - Tratar todas as mulheres e homens de forma justa no trabalho, respeitando e apoiando os direitos humanos e a não-discriminação. 3- Garantir a saúde, segurança e bem-estar de todas as mulheres e homens que trabalham na empresa. 4 Promover educação, capacitação e desenvolvimento profissional para as mulheres.5 -Apoiar empreendedorismo de mulheres e promover políticas de empoderamento das mulheres através das cadeias de suprimentos e marketing.6- Promover a igualdade de gênero através de iniciativas voltadas à comunidade e ao ativismo social.7- Medir, documentar e publicar os progressos da empresa na promoção da igualdade de gênero.

Essa discussão a respeito do empoderamento das mulheres tem provocado várias ações coletivas e debates que visam potencializar a conscientização sobre seus direitos sociais e civis. Essa consciência possibilita a aquisição da emancipação individual e também coletiva, ambas necessárias para a superação da dependência social e dominação política.

A necessidade de trazer esse tema à tona não se restringe apenas ao Brasil, muito pelo contrário, trata-se de um tema que deve ser discutido a nível mundial pois é o único caminho para que as mulheres conquistem reconhecimento e tratamento mais igualitário.

Segundo relatório da ONU o Brasil é um dos países em destaque nessas discussões, principalmente quando o assunto é sobre a discriminação das mulheres no que tange a geração de trabalho e renda.

Embora milhares de mulheres tenham se destacado no mundo corporativo e artístico, as mulheres sabem e reconhecem que ainda há um longo caminho a trilhar, demonstrando que as discussões sobre o tema devem ser mais exploradas para assegurar liberdade, autonomia poder de decisão permitindo que ocupem espaços de poder.

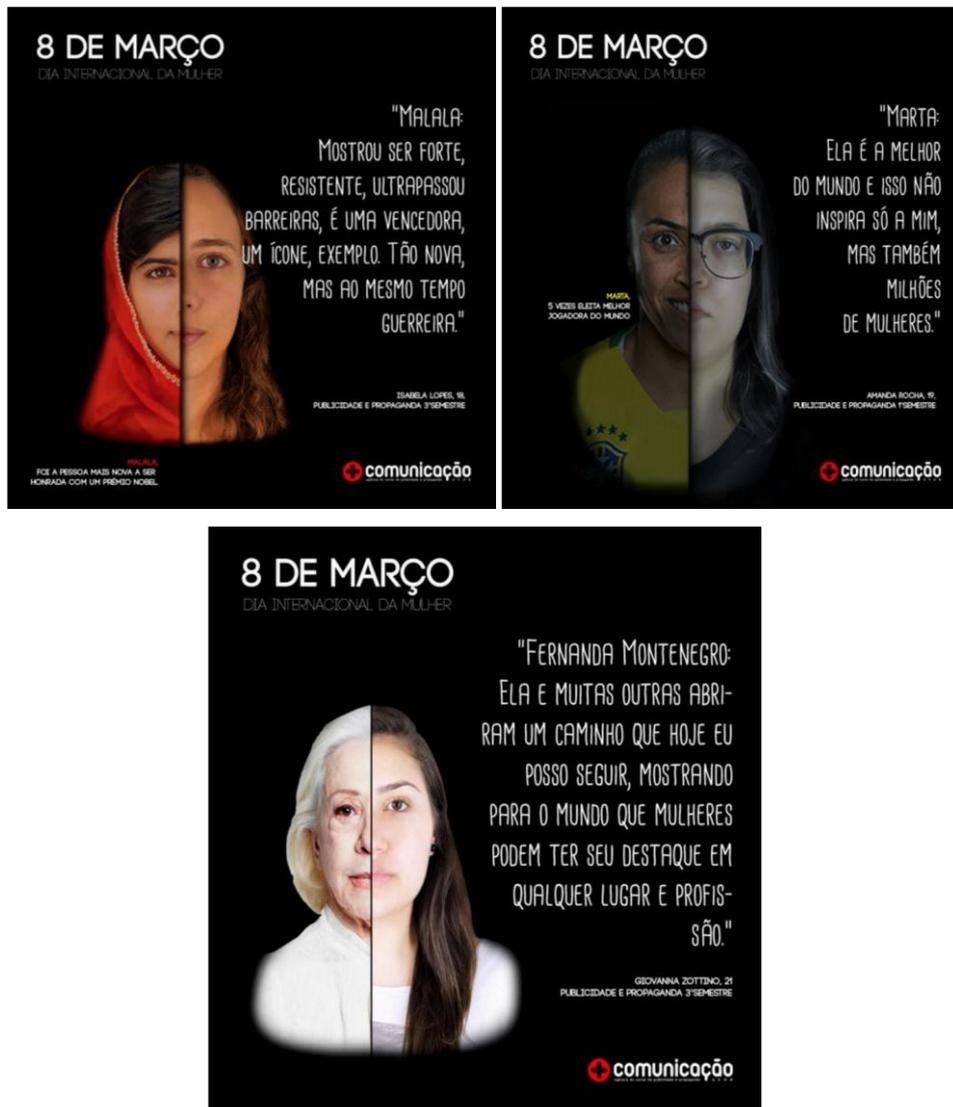
Simplificando tal questão, o que se propõe é uma sociedade em que as oportunidades sejam iguais para todos.

Focando esse empoderamento a campanha idealizada pela Agência Mais Comunicação quando veiculada na mídia social: Facebook teve alcance significativo no ambiente acadêmico com muitos comentários e elogios à campanha. Para essa criação a participação das universitárias foi essencial, pois fez com que outras acadêmicas que não tiveram a oportunidade de participar da campanha se sentissem representadas.

Acredita-se que os elogios às peças publicitárias foram pelo simples fato de não ter deixado com que a campanha ficasse clichê. Utilizando-se de recursos da fotografia para expor a ideia central com mulheres famosas e conhecidas do público, a identificação foi instantânea.

Tal pensamento focou que é possível aplicar o empoderamento na sua própria vida, trabalhando a sua confiança, se fortalecendo e tendo ambição para seguir seus sonhos. As mulheres empoderadas são autoconfiantes e com isso poderão conquistar cargos e posições em qualquer esfera social. Para expressar essa realidade seguem as peças publicitárias.

Figuras 1 - Peças para plataforma web



Fonte: arquivo Agência

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para chegar ao resultado na criação das peças para veiculação *online* ocorreram vários *brainstorms* com o intuito de fazer uma campanha na qual valorizasse a essência da mulher e para mostrar o quão importante ela é para a sociedade, embora ainda sofra algum tipo de discriminação.

O desafio foi que tudo isso deveria ser dito de uma forma diferente.

Todas as ideias foram tratadas e estudadas por todos os alunos extensionistas e voluntários da Agência Mais Comunicação até chegar na ideia

final. Para isso contou-se com a mobilização de algumas universitárias que tiveram uma participação essencial na realização do trabalho. Foram elas que passaram as mulheres que servem como fonte para suas inspirações. A participação dessas jovens universitárias e sua contribuição no compartilhamento das mensagens tiveram um ótimo resultado e um excelente engajamento entre elas e sua rede de contato.

REFERENCIAS

Rocha-Coutinho, M. L. (1994). **Tecendo por trás dos panos**: a mulher brasileira nas relações familiares. Rio de Janeiro: Rocco.

Rocha-Coutinho, M. L. (2003). **Novas opções, antigos dilemas**: mulher, família, carreira e relacionamento no Brasil. *Temas em Psicologia da SBP*, 11(1), 2-17.

Torrão Filho, A. (2005). **Uma questão de gênero**: onde o masculino e o feminino se cruzam. *Cadernos Pagu*, (24), 127-152

Site:

Empoderamento feminino. Disponível em <https://impacthubcuritiba.com/empoderamento-feminino/> Acesso em: 30 de maio de 2018