



## APÊNDICE B PROJETO DE PESQUISA DO PROFESSOR

Nome do Professor:	VANESSA DIAS PAIVA	Matrícula:	022655
Curso Relacionado:	PUBLICIDADE E PROPAGANDA	Data:	14/08/2024
Título do Projeto do Professor:	Diversidade na Publicidade: Estratégias Criativas e Inovadoras para Engajar o Público LGBTQIAPN+ na produção publicitária brasileira		

### 1. TEMA DO DELIMITADO:

Área de Pesquisa: Criação e Produção Publicitária

Este projeto de pesquisa explora a interseção entre criatividade publicitária e inclusão social, focando em desenvolver estratégias que promovam uma representação autêntica do público LGBTQIAPN+ nas campanhas publicitárias brasileiras.

Ao investigar as preferências e percepções deste público, o projeto busca criar diretrizes práticas e soluções de produção que assegurem a representatividade genuína, contribuindo para uma indústria publicitária mais inclusiva e diversificada.

A pesquisa enfatiza a colaboração com a comunidade LGBTQIAPN+ para garantir que suas vozes e experiências sejam refletidas nas estratégias criativas, promovendo campanhas que não apenas atraem, mas também celebram a diversidade.

Este projeto não apenas enriquecerá o campo acadêmico com insights relevantes sobre a inclusão na publicidade, mas também fornecerá ferramentas práticas para que a indústria avance em direção a uma maior representatividade. Ao promover campanhas mais inclusivas, espera-se contribuir para a diminuição de estigmas e a promoção de uma sociedade mais equitativa.

### 2. JUSTIFICATIVA:

O público LGBTQIAPN+ é frequentemente sub-representado ou estereotipado nas campanhas publicitárias, apesar de sua crescente visibilidade e influência cultural e econômica. Este projeto visa preencher essa lacuna, contribuindo para uma publicidade mais inclusiva e refletindo a diversidade da sociedade brasileira.

A publicidade desempenha um papel crucial na construção de narrativas culturais e sociais, influenciando percepções e comportamentos ao refletir e moldar valores sociais. No entanto, a representação do público LGBTQIAPN+ na publicidade tem sido historicamente limitada e estereotipada, perpetuando visões restritivas e muitas vezes prejudiciais sobre esta comunidade. Apesar das conquistas recentes em termos de direitos e visibilidade, ainda há uma lacuna significativa na inclusão autêntica e diversificada do público LGBTQIAPN+ nas campanhas publicitárias.





## Contexto Histórico e Social

A comunidade LGBTQIAPN+ tem enfrentado desafios significativos ao longo da história, incluindo discriminação, marginalização e invisibilidade. No entanto, nas últimas décadas, houve um avanço significativo em termos de direitos civis e reconhecimento social.

No Brasil, país conhecido por sua diversidade cultural, o Rio de Janeiro se destaca como um centro vibrante da cultura LGBTQIAPN+, conhecido por seu carnaval inclusivo e eventos como a Parada do Orgulho LGBTQIAPN+. Este contexto cultural torna a cidade um local ideal para explorar inovações na publicidade voltadas para este público.

## Importância da Representatividade na Publicidade

A publicidade não é apenas um veículo para a promoção de produtos e serviços, mas também uma poderosa ferramenta de comunicação social. Estudos mostram que a representação positiva e inclusiva na mídia pode influenciar atitudes sociais, promovendo aceitação e compreensão. A ausência de representatividade ou a presença de estereótipos pode reforçar preconceitos, contribuindo para a marginalização de grupos minoritários.

A inclusão do público LGBTQIAPN+ nas campanhas publicitárias de forma autêntica e respeitosa é essencial para refletir a diversidade da sociedade e para atender às expectativas de um público cada vez mais consciente e crítico. Além disso, pesquisas indicam que consumidores LGBTQIAPN+ são leais a marcas que demonstram um compromisso com a inclusão e a diversidade, destacando o potencial impacto econômico positivo para as empresas que adotam essas práticas.

## Desafios e Oportunidades

Apesar da crescente visibilidade do público LGBTQIAPN+ na mídia, muitos desafios persistem. As representações frequentemente caem em clichês ou limitam-se a retratos superficiais. Além disso, a interseccionalidade — a sobreposição de identidades, como raça, gênero e classe — é frequentemente ignorada, resultando em representações que não capturam a complexidade das experiências LGBTQIAPN+.

Este projeto de pesquisa busca abordar esses desafios ao explorar novas estratégias criativas e de produção que promovam a autenticidade e a inclusão. O foco será na colaboração com membros da comunidade LGBTQIAPN+ para garantir que suas vozes sejam ouvidas e respeitadas no processo criativo, contribuindo para campanhas que não apenas representem, mas também celebrem a diversidade.

### **3. OBJETIVOS:**

#### Objetivo Geral

Investigar e desenvolver estratégias criativas e de produção publicitária que efetivamente engajem e representem o público LGBTQIAPN+ na cidade do Rio de Janeiro, promovendo a inclusão e a diversidade nas campanhas publicitárias.





## Objetivos Específicos

- a. Analisar o panorama atual da representação LGBTQIAPN+ em campanhas publicitárias no Brasil, com foco no contexto carioca.
- b. Identificar as preferências, comportamentos e percepções do público LGBTQIAPN+ em relação às campanhas publicitárias.
- c. Desenvolver diretrizes criativas para a criação de conteúdo publicitário inclusivo e autêntico voltado para esse público.
- d. Propor soluções inovadoras de produção que assegurem a representatividade e autenticidade das campanhas publicitárias.

## **4. METODOLOGIA:**

### Revisão Bibliográfica

- . Análise de estudos acadêmicos e relatórios de mercado sobre a representação LGBTQIAPN+ na publicidade.
- . Pesquisa de casos de campanhas publicitárias bem-sucedidas que incluíram o público LGBTQIAPN+.

### Pesquisa de Campo

- . Entrevistas e grupos focais com membros da comunidade LGBTQIAPN+ do Rio de Janeiro para entender suas percepções e expectativas em relação à publicidade.
- . Questionários online para coleta de dados quantitativos sobre preferências e comportamentos.

### Desenvolvimento de Diretrizes

- . Criação de um guia de melhores práticas para agências e profissionais de publicidade, com base nos dados coletados e análises realizadas.

### Teste de Conceitos

- . Desenvolvimento e apresentação de protótipos de campanhas publicitárias baseadas nas diretrizes criadas, com feedback do público-alvo.

## **5. RESULTADOS ESPERADOS:**

- . Identificação de padrões e preferências do público LGBTQIAPN+ em relação à publicidade.
- . Criação de um conjunto de diretrizes que podem ser aplicadas por profissionais da área para melhorar a representatividade e engajamento.
- . Divulgação dos resultados em seminários acadêmicos e publicação em revista especializada.

Ao desenvolver diretrizes e práticas inovadoras para a criação e produção publicitária, este projeto tem o potencial de influenciar positivamente a indústria da publicidade, promovendo uma mudança em direção a práticas mais inclusivas. Além disso, ao destacar a importância da representatividade, espera-se fomentar um diálogo mais amplo sobre diversidade e inclusão na sociedade, contribuindo para a construção de um ambiente social mais equitativo e respeitoso.





Em termos acadêmicos, o projeto contribuirá para a literatura existente sobre publicidade inclusiva, oferecendo novos insights e recomendações práticas para acadêmicos e profissionais da área. Espera-se que os resultados inspirem futuras pesquisas e práticas inovadoras, ampliando o impacto do estudo para além do contexto local.

## 6. REFERÊNCIAS:

GREEN, James N. *Além do carnaval*. São Paulo: UNESP, 2022.

GREEN, James N.; QUINALHA, Renan; FERNANDES, Marisa; CAETANO; Márcio (orgs.). *História do movimento LGBT no Brasil*. São Paulo: Alameda, 2018.

MEDEIROS, Ettore; LINS, Letícia; GUIMARÃES-SILVA, Pamela (orgs.). *Comunicação, diversidade e inclusão: diálogo entre academia e mercado*. Belo Horizonte, MG: Fafich/Selo PPGCOM/UFMG, 2024.

NASCIMENTO, Letícia. *Transfeminismo*. São Paulo: Jandaíra, 2021.

ROCHA, Liliane. *Como ser um líder inclusivo*. São Paulo: Scortecci Editora, 2023.

TREVISAN, João Silvério. *Devassos no Paraíso: a homossexualidade no Brasil, da colônia à atualidade*. São Paulo: Objetiva, 2018.

## 7. Resumo para Internet:

Este projeto de pesquisa tem como objetivo principal investigar e desenvolver estratégias inovadoras para a criação de campanhas publicitárias que promovam uma representação autêntica e inclusiva do público LGBTQIAPN+ no Brasil. Ao analisar as preferências, percepções e experiências desta comunidade, o estudo busca identificar lacunas na representação atual e propor diretrizes práticas para a criação de campanhas mais eficazes e respeitosas.

A sub-representação e a estereotipação do público LGBTQIAPN+ na publicidade brasileira são problemas persistentes. Este projeto busca preencher essa lacuna, contribuindo para uma indústria publicitária mais inclusiva e refletindo a diversidade da sociedade. A publicidade desempenha um papel crucial na construção de narrativas culturais e sociais, e a representação positiva e inclusiva pode influenciar atitudes sociais, promovendo aceitação e compreensão.

O projeto tem como objetivo geral investigar e desenvolver estratégias criativas e de produção publicitária que efetivamente engajem e representem o público LGBTQIAPN+ no país. Espera-se que o projeto resulte na identificação de padrões e preferências do público LGBTQIAPN+ em relação à publicidade, na criação de um conjunto de diretrizes para a criação de campanhas inclusivas e na divulgação dos resultados em eventos acadêmicos e publicações especializadas.

Ao desenvolver diretrizes e práticas inovadoras para a criação e produção publicitária, este projeto tem o potencial de influenciar positivamente a indústria da publicidade, promovendo uma mudança em direção a práticas mais inclusivas. Além disso, ao destacar a importância da representatividade, espera-se fomentar um diálogo mais amplo sobre diversidade e inclusão na sociedade, contribuindo para a construção de um ambiente social mais equitativo e respeitoso. Em termos acadêmicos, o projeto





contribuirá para a literatura existente sobre publicidade inclusiva, oferecendo novos insights e recomendações práticas para acadêmicos e profissionais da área. Por fim, este projeto busca contribuir para um futuro onde a publicidade seja um reflexo mais fiel da diversidade da sociedade, promovendo a inclusão e a valorização do público LGBTQIAPN+.

## 8. Palavras-chaves:

Publicidade inclusiva;  
Diversidade;  
LGBTQIAPN+;  
Representatividade;  
Criação publicitária.

