

PROJETO LEIA+MULHERES, *CAMPUS* IBIRUBÁ: AÇÕES DE FOMENTO À LITERATURA DE AUTORIA FEMININA

Amanda Motta Dornelles¹

Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul - Campus Ibirubá

Silvani Lopes Lima²

Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul - Campus Ibirubá

Karen Bianca Plentz; Laura Oliveira da Cunha; Pâmela Gomes dos Santos; Rafael Forchesatto³

Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul - Campus Ibirubá

Resumo: O projeto “Leia+Mulheres”, executado no IFRS *Campus* Ibirubá desde o ano de 2019, tem como objetivos: promover a divulgação e o incentivo ao consumo da literatura de autoria feminina, de modo a proporcionar uma maior visibilidade a mulheres escritoras, fomentar o aumento do repertório literário da comunidade interna e externa de nosso *Campus* e manifestar apoio à equidade de gênero, ainda não alcançada no mercado editorial. Para atender tais demandas, faz-se uso das redes sociais [Instagram](#) e [Facebook](#) e de um [site próprio](#), como ferramentas de divulgação, e a plataforma Google Meet, que contribui para a promoção de debates sobre textos pré-selecionados, que são disponibilizados mensalmente nas Revistas Leia+Mulheres. De acordo com dados coletados até o momento, sabe-se que o projeto contempla majoritariamente a comunidade interna do IFRS em seus encontros e envolve o público externo através das redes sociais. Com isso, pode-se concluir que a ação tem alcançado seus objetivos na promoção da literatura de autoria feminina.

Palavras-chave: Leitura literária; Autoria feminina; Visibilidade.

1 INTRODUÇÃO

O mercado editorial tem imposto restrições às obras escritas por mulheres, basta buscarmos pesquisas recentes sobre leitura e olharmos as listas dos livros mais lidos e vendidos na atualidade para vermos uma grande predominância de homens (DALCASTAGNÈ, 2012; LINDOSO; SILVEIRA, 2015). Cientes disso, as atividades do projeto Leia + Mulheres foram iniciadas no IFRS *Campus* Ibirubá por iniciativa da Nathália Gasparini e do Vinícius Linné, então professores no *Campus*, e da psicóloga Vanessa de Castro, coordenadora do Núcleo de Estudos e Pesquisas em Gênero e Sexualidade (NEPGS), inspirado na Campanha #readwoman2014.

Em 2020, a professora Silvani Lopes Lima passou a estar à frente do projeto, quando foram organizadas páginas nas redes sociais [Facebook](#) e [Instagram](#) para divulgação de conteúdos relativos ao projeto. No ano de 2021, o projeto foi institucionalizado como ação de extensão, contando atualmente com o apoio de cinco bolsistas, e reforçando sua finalidade de instigar a leitura de obras publicadas por mulheres, fomentar o aumento do repertório literário

¹ Autor: amanda.mdornelles19@gmail.com

² Orientador: silvani.lima@ibiruba.ifrs.edu.br

³ Coautores: karenplentz12@gmail.com, lauraoliveiradacunha@gmail.com, pamelagsantos217@gmail.com, forchesattorafael@gmail.com

da comunidade interna e externa do IFRS *Campus* Ibirubá e manifestar apoio à equidade de gênero, ainda não alcançada no mercado editorial.

2 DESENVOLVIMENTO

Inicialmente, o debate de obras de autoria feminina se deu por meio de encontros presenciais, que ocorriam no IFRS *Campus* Ibirubá. Entretanto, com a pandemia da Covid-19, viu-se a necessidade de adaptar os encontros, que passaram a ser realizados no formato remoto, pela plataforma Google Meet. Os textos selecionados para o debate compõem a Revista Leia+Mulheres, que é disponibilizada mensalmente à comunidade acadêmica do *Campus* por email, e todas as edições encontram-se no [site](#) do projeto.

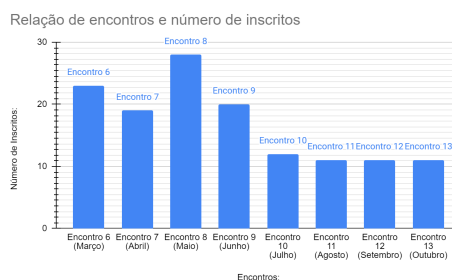
O primeiro encontro abordou o conto “Moto de Mulher”, da escritora Jarid Arraes. Em abril, o encontro do mês trouxe o livro *Outros jeitos de usar a boca*, da Rupi Kaur. No mês de maio, a obra de discussão foi a HQ *Minha coisa favorita é monstro*, da Emil Ferris. Em junho, o debate foi sobre o conto “Uma branca sombra pálida”, da Lygia Fagundes Telles, e a crônica “Feito aço”, da Dara Bandeira. No mês de julho, o encontro do mês foi com Octavia E. Butler e seu ensaio “Obsessão Positiva”. No mês de agosto, a discussão foi sobre o conto “Manual da faxineira”, da Lucia Berlin. Em setembro, Eliane Brum nos brindou com suas reportagens-literárias “Enterro de pobre” e “Eva contra as almas deformadas”. No mês de outubro, o conto escolhido foi “O quintal do vizinho”, da Mariana Enriquez.

As redes sociais são usadas como ferramenta de ampla divulgação, onde são realizadas publicações semanais de resenhas literárias; e são feitas recomendações de leituras, autoras e gêneros literários, assim como as chamadas para os encontros mensais do grupo.

3 RESULTADOS OBTIDOS

O gráfico abaixo (Figura 1) traz informações que abarcam da 6ª à 13ª edição dos encontros, todas realizadas no ano de 2021, no formato on-line, e se refere ao número de inscritos de acordo com os encontros. É possível observar um declínio no número de inscrições com o passar dos meses, mantendo-se entre 11 e 12 interessados nas últimas três edições. No mesmo gráfico, é possível verificar que o oitavo encontro possuiu o maior número de inscritos (28), quando comparado com os demais. Em sua maioria, esses participantes pertencem à comunidade acadêmica do IFRS *Campus* Ibirubá.

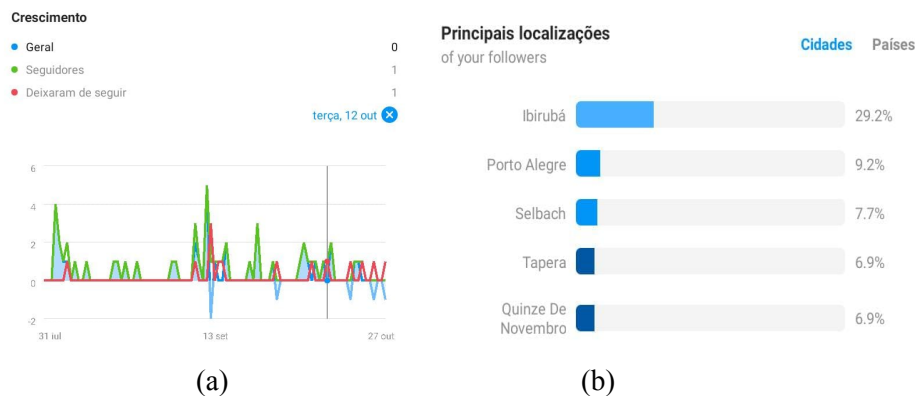
Figura 1: Gráfico com a relação entre os encontros e o número de inscritos.



Fonte: o autor.

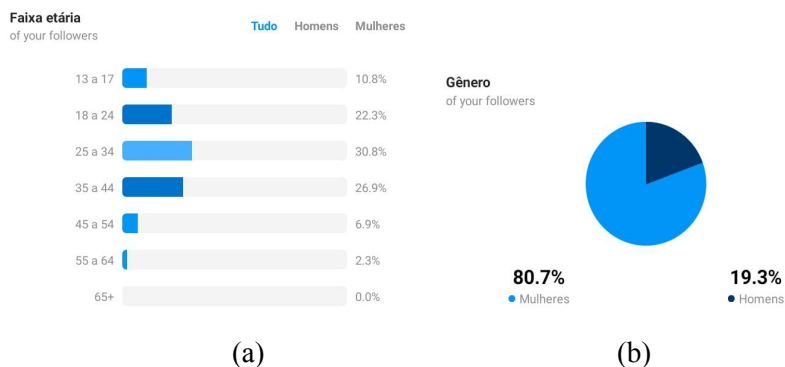
Ao analisar os dados dispostos na Figura 1, acreditamos que os resultados obtidos foram parciais, uma vez que a redução do número de inscritos interfere diretamente na expansão do círculo de participantes dos encontros virtuais, fazendo com que, muitas vezes, acabe perdurando nas mesmas pessoas em diferentes edições dos encontros. Os gráficos seguintes, apresentados nas figuras 2 (a e b) e figura 3 (a e b), trazem um pouco das informações disponíveis nos relatórios da rede social instagram e se referem às interações do público.

Figura 2: Gráfico de crescimento da página no Instagram(a) e dos seguidores por localização (b).



Fonte: Instagram.

Figura 3: Gráficos da porcentagem de seguidores, de acordo com faixa etária (a) e gênero (b).



Fonte: Instagram.

A partir de análise dos gráficos disponibilizados pelo Instagram, constata-se um crescimento de mais de 29,5% dos seguidores(as) da página, desde o dia 30 de julho de 2021. Percebe-se, nesse crescimento, que a faixa etária que mais se sobressai é aquela entre 25 a 34 anos, com um público de 30,8%, além disso os dados disponibilizados na Figura 4 (b) apontam que 80,7% dos seguidores são mulheres. A maior parte dos seguidores(as) se localiza na cidade de Ibirubá, onde se estabelece o *Campus*, e também, por ordem de interação, nos municípios de Porto Alegre, Selbach, Tapera e Quinze de Novembro. Com base nos dados obtidos no que se refere às interações através das redes sociais, é possível observar resultados satisfatórios, visto que, com o crescimento da página e as localidades alcançadas por meio dela, conseqüentemente, alguns dos objetivos do projeto estão sendo contemplados.

4 CONCLUSÕES

O projeto tem proporcionado um universo de vivências, reflexões, pluralidade de ideias que só a leitura literária permite, neste caso, com destaque para a literatura produzida por mulheres, atravessada por todas as experiências e condicionantes do ser mulher em nossa sociedade. Ademais, tanto a prática da leitura quanto da escrita, ambas motivadas por esta ação, promovem um aprimoramento dos conhecimentos linguísticos dos envolvidos. Essas aprendizagens agregam tanto ao público participante quanto à equipe executora, responsável por pensar, selecionar e produzir conteúdos para o projeto.

5 AGRADECIMENTOS

Os autores agradecem ao Instituto Federal do Rio Grande do Sul (IFRS) e à Coordenação de Extensão do *Campus* Ibirubá, pelo apoio financeiro para a realização deste trabalho, através do Edital 18 - Auxílio Institucional às Ações de Extensão 2021.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DALCASTAGNÈ, R. **Literatura brasileira contemporânea**: um território contestado. RJ: Ed. Horizonte; Ed. da UERJ, 2012.

LINDOSO, Felipe; SILVEIRA, Maria J.. **Mulheres no mercado editorial**. 2015. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2015/11/04/mulheres-no-mercado-editorial> Acesso em: 02 fev. 2021.