

# Mulheres em Agências de Comunicação:

## ELAS NOS INSPIRAM



# Apresentação

A Abracom, como parte de suas ações voltadas para a reflexão sobre as conquistas femininas do Dia Internacional da Mulher (08/03), desenvolveu esse material que traz o testemunho de lideranças femininas do nosso mercado de agências de comunicação corporativa.

O objetivo desse compilado foi de inspirar as profissionais e os profissionais que atuam em agências de comunicação.

Assim, coletamos o testemunho de 28 mulheres atuantes no setor, às quais fizemos três perguntas:

**1** – O que motivou você a construir uma carreira no setor de agências de comunicação?

**2** – Quais recomendações você daria para mulheres que estão iniciando sua carreira em agências de comunicação?

**3** – Como você vê o futuro da atuação das mulheres em cargos de liderança em agências de comunicação?

Confirmam as respostas instigantes, afetivas e assertivas delas

**Com a palavra, as nossas mulheres em agências de comunicação...**



**Simone Iwasso**

*Máquina CW*

## **1. O que motivou você a construir uma carreira no setor de agências de comunicação?**

Minha carreira começou como repórter, há 25 anos. E fui muito feliz por muitos anos nessa profissão. Mas chegou um momento em que a comunicação corporativa chamou a minha atenção pelas possibilidades de atuação que ela proporcionava. Foi quando fiz uma transição. Mergulhei intensamente nesse outro universo e me apaixonei por ele: estudei, aprendi muito com outras mulheres incríveis com quem tive o prazer de conviver, com clientes maravilhosos com os quais desenvolvi grandes projetos e enfrentei enormes desafios. A dinâmica e a intensidade da rotina de uma agência me motivam diariamente. Não tem zona de conforto e eu sempre gostei disso.

## **2. Quais recomendações você daria para mulheres que estão iniciando sua carreira em agências de comunicação?**

Em primeiro lugar, que se dediquem ao que fazem, que sintam orgulho de ser quem são, que não se intimidem por nenhuma situação ou nenhum ambiente mais masculino em que elas possam estar ou ser inseridas. Ao trabalhar em uma agência, temos acesso a empresas diferentes, ambientes mais homogêneos e mais heterogêneos e alguns ainda muito masculinos – apesar de as agências, em si, terem uma presença feminina bastante grande. No Grupo BCW temos uma liderança majoritariamente feminina.

### 3. Como você vê o futuro da atuação das mulheres em cargos de liderança em agências de comunicação?

As mulheres já conquistaram esse ambiente nas agências de comunicação. Muitas foram fundadas por mulheres empreendedoras, que abriram caminho para que outras, como eu, estejam hoje em posição de liderança. Sinto que, se tenho uma responsabilidade, é honrar isso e passar adiante – criar condições para que as mulheres continuem crescendo, prosperando e ocupando os lugares que estão preparadas para ocupar.



**Roberta Machado**

*In Press Porter Novelli*

### 1. O que motivou você a construir uma carreira no setor de agências de comunicação?

Passei 6 anos atuando como jornalista em jornais diários. O que me fez construir uma carreira no setor de agências de comunicação, e nesse ano completei 25 anos em agência, especificamente na In Press, foi primeiro a atração que tive por trabalhar com muitos assuntos diferentes. Quando era jornalista de redação, era repórter da editoria de geral. Então, cobria os fatos mais importantes do dia e navegava por diversos assuntos. Ir para a comunicação corporativa, para mim, significava trabalhar em agência e não em uma empresa só. Tal fato me deu, nesses 25 anos, a possibilidade de trabalhar para diferentes setores, com empresas e organizações de segmentos completamente diversos. Pude me aprofundar em alguns setores que me atraíam mais e apostar

em outros setores que passaram a me atrair ao longo do tempo. Sou muito inquieta. Gosto de conhecer muitas coisas diferentes e o setor de comunicação, especialmente de agências, com a diversidade de clientes me propiciou conhecer, navegar, contribuir, entender e estudar desafios de diferentes práticas de comunicação.

## **2. Quais recomendações você daria para mulheres que estão iniciando sua carreira em agências de comunicação?**

O conselho que dou às mulheres que querem seguir carreira em comunicação corporativa, em especial em agências, é que estejam muito abertas ao novo, que se desapeguem de concepções prévias e sejam muito curiosas, estejam realmente abertas e não fiquem pré-dispostas. Acho que quanto mais estamos abertas, mais a gente faz um exercício de entendimento e de compreensão. E isso ajuda demais a nossa carreira e nosso desenvolvimento.

Outra dica que daria é que tanto a comunicação, como a comunicação corporativa e a comunicação corporativa em agências de comunicação são exercícios de relacionamento, e sobretudo de gostar de se relacionar com as pessoas. Acredito que isso é realmente a chave para fazer uma carreira nesse setor. Existem hoje atividades muito especializadas nas agências que não necessariamente são atividades relacionais, mas para quem quer construir uma carreira mais ampla a capacidade de relacionamento, interação e empatia é fundamental.

## **3. Como você vê o futuro da atuação das mulheres em cargos de liderança em agências de comunicação?**

Penso que se tem uma atividade que é amigável para as mulheres e é voltada para o desenvolvimento de boas lideranças femininas é o mercado de agências de comunicação. Embora tenhamos um número muito grande de mulheres nas equipes, ainda não vemos as mulheres como a maioria das lideranças de todas as agências. Mas é um dos setores no qual vejo mais equilíbrio. Temos grandes empreendedoras, grandes líderes. Acho que este é um ótimo mercado, diria que se uma mulher quer se desenvolver na área de liderança e gestão dentro da área de comunicação, a área de agências é promissora e amigável. É um setor onde as mulheres estão bastante consolidadas. Para finalizar, acho que temos lideranças femininas inspiradoras. Percebo bastante

isso na InPress. As mulheres se sentem muito acolhidas, muito respeitadas e muito incentivadas. Então, ter uma liderança feminina dentro das agências é muito promissor principalmente porque é uma força de trabalho feminina. Sou uma grande entusiasta de diversidade. Também acho que o bom andamento do trabalho e da criatividade e do desenvolvimento passa por uma convivência muito legal entre homens, mulheres e pessoas de todos os gêneros em um ambiente diverso e inclusivo.



**Gabriela Wolthers**  
 *Holding da Rede FSB*

## **1. O que motivou você a construir uma carreira no setor de agências de comunicação?**

Minha carreira é dividida ao meio, foram 14 anos de Folha de S. Paulo, onde me especializei em Política, e 15 anos de FSB Comunicação. Sempre fui uma apaixonada por Redação. Migrei para agência de comunicação quando não estava mais conseguindo ter novas aspirações por causa da crise financeira que afetava os jornais.

Lembro de chegar à FSB em 2007 e não ter a menor ideia do que era um plano de comunicação. Tive a sorte de ter como “tutor” Marcos Trindade, hoje CEO da Rede FSB, que me passava um desafio atrás do outro. Comecei atendendo clientes privados, mas o gosto pela Política não me largou. A primeira conta pública sob minha responsabilidade foi o Ministério da Saúde. Lá aprendi como

a comunicação pública efetiva e de qualidade impacta diretamente a sociedade. É emocionante fazer uma comunicação de vacinação, por exemplo, e ver os índices aumentando. Surgiu uma nova paixão. Achei a minha praia. Me especializei em comunicação para entes públicos e não parei mais de aprender.

## **2. Quais recomendações você daria para mulheres que estão iniciando sua carreira em agências de comunicação?**

Acredito em especialização. No início da carreira, experimente diferentes áreas até achar a que mais lhe dê prazer, que flui, que te instigue. Hoje o mundo da comunicação é isso mesmo, um mundo de oportunidades. Na FSB sempre incentivamos as pessoas a “levantar a mão”, serem proativas, ir atrás de oportunidades dentro da nossa rede, que atualmente reúne as empresas FSB, Loures, Jotacom, FSB Pesquisa, Giusti, Seta, Beon e F5.

Especificamente para as mulheres, quero dar um conselho que pode surpreender. Sempre digo para o time ter faca nos dentes e segurar o touro pelo chifre. Mas dentro de limites. Tenho visto mais mulheres do que homens com a síndrome do fazedor compulsivo, querendo se provar continuamente. Eu já considerei o termo “guerreira” um elogio. Não acho mais. Quem só vive em campo de batalha, não tem paz, não tem serenidade. Se você, mulher, fala rotineiramente que está exausta, peço que ouça o seu corpo.

## **3. Como você vê o futuro da atuação das mulheres em cargos de liderança em agências de comunicação?**

As mulheres estarão cada vez mais atuantes em cargos de liderança nas agências. Não tenho dúvidas disso. Competência a gente já tem. E a diversidade é uma agenda que veio para ficar. Simples assim.



**Ana Julião**  
*Edelman*

### **1. O que motivou você a construir uma carreira no setor de agências de comunicação?**

Adoro a rotina de interagir com profissionais de comunicação com diferentes especialidades, experiências e, sobretudo, de diferentes setores da economia. Gosto de exercer o papel de consultora, que é trazer uma recomendação, um ponto de vista, e que exige habilidades de convencimento e comunicação. Há anos, equilibro essa função com a de gestora do negócio e me sinto muito motivada e inspirada pela troca com a minha equipe.

### **2. Quais recomendações você daria para mulheres que estão iniciando sua carreira em agências de comunicação?**

Invistam tempo em ampliar o conhecimento geral e leiam muito, não apenas as redes sociais, mas veículos de comunicação e literatura. O conhecimento diversificado vai aprimorar suas habilidades de comunicação. Essa recomendação também vale para os homens!

### **3. Como você vê o futuro da atuação das mulheres em cargos de liderança em agências de comunicação?**

A presença de mulheres em cargos de liderança em agências de comunicação já é uma realidade no Brasil, onde o setor majoritariamente é formado por mulheres. Isso não significa que a gente ainda não ouça (bem raramente) de clientes que gostariam de ser atendidos por homens. Isso é cada vez mais raro,

felizmente. Mas, quando acontece, não há outro caminho a não ser ponderar que não fazemos distinção entre gêneros, o que contribui para que nossa equipe se sinta valorizada e empoderada.



**Claudia Cezaro Zanuso**

*Duecom*

### **1. O que motivou você a construir uma carreira no setor de agências de comunicação?**

Meu começo como empreendedora foi bem natural, a partir da certeza de que eu não queria mais ser empregada e depois me encantei pelas oportunidades da área de comunicação interna, que há 30 anos, ninguém sabia o que era.

### **2. Quais recomendações você daria para mulheres que estão iniciando sua carreira em agências de comunicação?**

Recomendo às mulheres a conhecerem muito bem a atividade de prestação de serviços e como desenvolver diferenciais para serem bem-sucedidas. Aconselho também a novas profissionais a admirarem as empresas e seus propósitos e a contribuir para a imagem e reputação delas.

### **3. Como você vê o futuro da atuação das mulheres em cargos de liderança em agências de comunicação?**

Hiper, super promissor. Já é uma realidade, estamos em muitos cargos de liderança no setor e esse movimento só tende a crescer.



**Gisele Lorenzetti**

LVBA

## **1. O que motivou você a construir uma carreira no setor de agências de comunicação?**

Desafios. Sou movida a desafios. Comecei na LVBA ainda estagiária. Meu pai foi o fundador da agência e este foi meu primeiro grande desafio: ser filha do dono, mulher e ter 18 anos. Meu pai, Valentim Lorenzetti, nunca me viu como filha para ganhar vantagens. Muito pelo contrário: era mais exigente comigo do que com os demais da equipe. E isso foi essencial para eu fazer o meu caminho e vencer pela competência. Nos anos 80, isso era bem mais complicado.

Até aí, diria que era compreensível, pelo cenário – um mundo dominado pelo masculino e as mulheres ainda pouco brigando por mais espaço e equidade.

Me assusta que, ainda no século XXI, a gente encontre algumas situações absurdas. Há uns oito anos, por exemplo, eu deveria ir a uma reunião com o CEO de uma multinacional e o CCO, na véspera, me perguntou se eu levaria comigo algum executivo homem da agência. Sem mostrar surpresa e, no fundo bastante chocada, respondi que levaria comigo outra diretora e ele insistiu que seria melhor um homem, mesmo que não fosse diretor. Fui sozinha e o encontro foi extremamente positivo o que deixou o CCO surpreso. Há poucas semanas, encontrei com este mesmo CCO e lembrei o episódio e ele disse que repetiria o pedido: são ritos corporativos, segundo ele. Imediatamente, discordei e disse que são ritos dos séculos passados e que ele, pela função exercida, deveria ser o primeiro a quebrar o tal rito.

## **2. Quais recomendações você daria para mulheres que estão iniciando sua carreira em agências de comunicação?**

Agências de comunicação são espaços de inclusão. Quando não são, falham. Não tem como fazer comunicação sem diversidade, seja ela qual for. É a soma das vivências que dá a riqueza ao processo.

Acredito que a luta maior das mulheres deve se dar no dia a dia, nos pequenos episódios. Por exemplo, não aceito ser chamada de “mulher do meu marido”. Já comprei briga até mesmo em cartórios quando, num documento de compra e venda, fui nomeada de “mulher”. Exigi que mudassem para esposa, afinal, ser mulher é identidade de gênero e não uma condição, como ser esposa. Uma sutileza? Acho que não. Não suporto alguém se vendo como “ex-mulher” de alguém. Isso é absurdo. Uma destruição ao feminino desta pessoa. Ela é ex-esposa. Ou esposa. Não mulher.

## **3. Como você vê o futuro da atuação das mulheres em cargos de liderança em agências de comunicação?**

Há muitos anos trabalho com mulheres na liderança da LVBA. E também com homens. Diversidade é fundamental para o nosso trabalho e, pessoalmente, não vejo obstáculos à ascensão feminina nas agências. No entanto, um fato chama minha atenção. No período em que presidi a Abracom, circulei em movimentos que reuniam líderes de entidades de comunicação. Impressionante como, apesar das mulheres estarem em destaque na comunicação, poucas lideram movimentos institucionais. Não ousou tirar conclusões, mas posso afirmar que há espaços ainda a serem ocupados.



**Flávia Rios**

*Rede Comunicação*

## **1. O que motivou você a construir uma carreira no setor de agências de comunicação?**

A minha escolha de formação foi pelo jornalismo. Sempre me encantei pelos textos. Mas, ao iniciar a faculdade e ter acesso ao mundo maior da comunicação, a parte corporativa foi a que encheu meus olhos. Fiz alguns estágios na área e tive a certeza de que a minha escolha seria pela comunicação corporativa. Ainda na faculdade optei pela segunda graduação em Relações Públicas e, depois daí, toda a minha formação foi nessa área. Trabalhei em agência e dentro de uma grande organização, mas o sonho de construir uma agência de comunicação com o viés diferenciado do que já existia no mercado no início dos anos 2000 foi o que me fez sair de SP e voltar para BH para criação da Rede. E hoje, depois de 20 anos nesse mercado, tenho cada dia mais certeza. Essa é a minha paixão. Essa foi a minha melhor escolha na área profissional. A comunicação corporativa é um mundo de possibilidades. E trabalhar em agência, com clientes completamente diferentes, proporciona um mundo novo, todos os dias. Cada nova empresa, milhares de possibilidades.

## **2. Quais recomendações você daria para mulheres que estão iniciando sua carreira em agências de comunicação?**

Aproveitem todas as oportunidades que uma agência proporciona para a formação de um profissional de comunicação. Historicamente esse é um mercado com boa participação feminina e onde não há a necessidade de se lutar por ocupar um lugar por ser mulher. Então, aproveite essa energia e in-

vista no desenvolvimento das possibilidades de se comunicar de forma estratégica e inovadora.

### **3. Como você vê o futuro da atuação das mulheres em cargos de liderança em agências de comunicação?**

As mulheres já ocupam lugares importantes nas agências, inclusive sendo maioria na maior parte das empresas do ramo. O desafio agora é que os grandes cargos também sejam ocupados por essas mulheres que já fazem acontecer no mercado da comunicação. Há uma abertura e um trabalho intenso de ocupação desses espaços, inclusive pela Abracom. Agora é não desanimar neste desafio de desenvolver essas mulheres para serem as cabeças das agências neste futuro próximo.



**Patrícia Ávila**  
*JeffreyGroup*

### **1. O que motivou você a construir uma carreira no setor de agências de comunicação?**

Minha entrada no mundo das agências aconteceu por acaso. Eu já levava 25 anos de carreira em posições executivas quando bateu a crise de 2009 e perdi meu emprego. Na época, acabei recebendo convites de trabalho em três agências. No começo, não entendi o porquê. Depois, aos poucos, percebi que minha vivência como cliente poderia agregar bastante às entregas como prestadora de serviços. Com o tempo, aprendi a vender e fui me apaixonan-

do pela adrenalina de conquistar um novo cliente, pelos relacionamentos com inúmeras pessoas interessantes dentro e fora da organização, pelo desafio administrativo e pela constante oportunidade de aprender sobre temas diversos em diferentes setores. Nas agências, a gente acorda e nunca sabe qual vai ser a rotina. E isso é muito bom!

## **2. Quais recomendações você daria para mulheres que estão iniciando sua carreira em agências de comunicação?**

Se você é uma mulher começando a carreira numa agência, ou em qualquer outro lugar e em qualquer profissão, nunca se deixe levar pelo argumento de que é preciso escolher entre trabalho e filhos, entre casamento e desenvolvimento, entre vida pessoal e crescimento profissional, entre o que você ama e as conquistas financeiras. Essa é uma falácia que precisa ser combatida todos os dias, por todas nós, com unhas e dentes. É possível, sim, conciliar o que a gente quiser ser e fazer, desde que pratiquemos três coisas desde cedo: pedir ajuda, abandonar a ideia de que temos que ser perfeitas em tudo, e dizer não para estabelecer limites sempre que preciso.

## **3. Como você vê o futuro da atuação das mulheres em cargos de liderança em agências de comunicação?**

Eu espero que, cada vez mais, tenhamos mulheres ocupando esses cargos, já que o setor é composto de mulheres em sua maioria. É uma questão de proporcionalidade. Estamos ainda subrepresentadas na liderança das agências, e isso precisa mudar. Mas deixo aqui um alerta: não adianta as empresas se conscientizarem e implementarem políticas afirmativas se as próprias mulheres não buscarem – ou não quiserem considerar – esse papel. Precisamos aumentar a autoconfiança das nossas líderes para que elas almejem e busquem ativamente os cargos mais altos – assim como fazem os homens há muito tempo.



**Martha Becker**

*Martha Becker Connections*

### **1. O que motivou você a construir uma carreira no setor de agências de comunicação?**

O que me motivou foi a paixão por comunicação, a vontade de empreender, de gerar empregos no mercado e trabalhar de forma estratégica na comunicação das empresas, ajudando-as no reforço da reputação.

### **2. Quais recomendações você daria para mulheres que estão iniciando sua carreira em agências de comunicação?**

As dicas que dou são: trabalhar com determinação e foco e buscar conhecer as novas ferramentas, sempre se atualizando no mercado da comunicação e, acima de tudo, colocar paixão no que se faz, pois sem dúvidas acredito ser este o maior segredo para uma profissional de sucesso.

### **3. Como você vê o futuro da atuação das mulheres em cargos de liderança em agências de comunicação?**

Na verdade, acredito que a maior parte das mulheres já vem com a liderança em seu DNA, pois conciliar tarefas de casa, filhos e trabalho já é um grande desafio. No futuro, vejo estas mulheres cada vez mais líderes e se desenvolvendo em cargos de liderança não somente na área de comunicação mas, sim, no mercado corporativo, pois garra é o que normalmente não nos falta.



**Cláudia Vassallo**

*Nova PR*

## **1. O que motivou você a construir uma carreira no setor de agências de comunicação?**

Tive o privilégio de construir uma longa carreira na área editorial, com foco em negócios. Esses anos e os cargos que ocupei na redação contribuíram para que eu acumulasse conhecimento e relacionamento nas maiores empresas do país. Ao encerrar meu ciclo como jornalista, percebi que esse conhecimento e esses relacionamentos eram ativos realmente importantes no mercado de comunicação corporativa. Minha ambição sempre foi contribuir para o mundo dos negócios com uma visão estratégica, falando a mesma língua de empresários e altos executivos. Além disso, eu adoro empreender. Fiz isso como jornalista, ao criar produtos, reinventar publicações já existentes, abrir novas áreas. E estou fazendo agora, juntamente com o meu sócio, Tiago Lethbridge, à frente da NOVA PR. Nada me estimula ou motiva mais do que ver a empresa que nós criamos do zero crescer, criar oportunidades para cada vez mais pessoas e ser reconhecida pelo trabalho que faz, sobretudo pelos clientes. Fui muito feliz como jornalista. Estou sendo muito feliz como empresária do setor.

## **2. Quais recomendações você daria para mulheres que estão iniciando sua carreira em agências de comunicação?**

Minha recomendação para as mulheres é a mesma que dou aos homens: preparem-se, estudem, aprofundem-se na área que vocês escolheram e trabalhem com paixão. Uma carreira não se faz com cinismo em relação ao trabalho. Felizmente, esse é um setor onde a presença feminina é muito rele-

vante. Nós adoramos a diversidade na NOVA. Mas é fato que, hoje, a maioria dos profissionais que trabalham conosco é formada por mulheres. Há muita oportunidade de crescimento -- sobretudo para aquelas com vontade genuína de fazer diferente e de fazer melhor. E isso não significa abrir mão de nada. Na NOVA temos programas específicos para profissionais que optaram pela maternidade, por exemplo. Adotamos o sistema híbrido de trabalho, mas mulheres que tiveram bebês têm a opção de fazer home office até que seus filhos completem 10 meses de idade. E acabamos de promover uma profissional na volta da licença maternidade. Detalhe: ela foi mãe de trigêmeos.

### **3. Como você vê o futuro da atuação das mulheres em cargos de liderança em agências de comunicação?**

Na minha opinião, veremos cada vez mais mulheres liderando o setor daqui para a frente. Isso será resultado de uma série de fatores: o aumento do protagonismo feminino no mercado de trabalho, a grande participação de mulheres no nosso setor e o aumento da segurança feminina para liderar. Barreiras e certos tabus que existiam até pouco tempo atrás estão sendo quebrados progressivamente. Claro que ainda há problemas e resistências. Basta ver a repercussão de movimentos patéticos como o Red Pill. Mas não tem volta -- nosso caminho é para frente e para o alto.



**Alessandra Ritondaro**

*Weber Shandwick*

### **1. O que motivou você a construir uma carreira no setor de agências de comunicação?**

Eu comecei a carreira atuando em indústria e passei por duas grandes empresas multinacionais. Há 20 anos estou na agência e foi mesmo uma escolha construir a carreira por aqui. A oportunidade de lidar com diversos temas, tantas especialidades e setores diferentes é algo que me motiva demais. É um ambiente bastante dinâmico, que me impulsiona a aprender algo novo todos os dias. A diversidade de formações, crenças, vivências que temos aqui dentro é inspiradora. E a proximidade na relação com clientes, parceiros, colaboradores possibilita um grande crescimento na minha vida.

### **2. Quais recomendações você daria para mulheres que estão iniciando sua carreira em agências de comunicação?**

Há muita sinergia entre o universo feminino e os desafios no mercado de comunicação. Eu diria para sempre respeitarmos a força da intuição, mantermos o foco na qualidade das relações, na criatividade e na promoção da diversidade.

### **3. Como você vê o futuro da atuação das mulheres em cargos de liderança em agências de comunicação?**

Acredito que seguiremos com cada vez mais mulheres nestas posições. E espero que possamos construir sempre um ambiente diverso, de respeito, inclusivo e saudável.



**Viviana Toletti**

XCOM

## **1. O que motivou você a construir uma carreira no setor de agências de comunicação?**

Trabalhar em agências de comunicação é a oportunidade de viver em um ambiente dinâmico e criativo, onde expando algumas habilidades: estratégia e resolução de problemas para ajudar as empresas a alcançar seus objetivos de negócios. Se por um lado é desafiador, é extremamente recompensador, me dá a oportunidade de fazer parte de projetos interessantes e significativos, muitas vezes para marcas ou organizações importantes.

Tenho também a oportunidade de trabalhar com uma ampla gama de clientes e setores diferentes, e isso amplia minha experiência e a chance de desenvolver habilidades em várias áreas.

Sou apaixonada por comunicação!

## **2. Quais recomendações você daria para mulheres que estão iniciando sua carreira em agências de comunicação?**

Pensei e listei aqui algumas recomendações que podem contribuir/ajudar essa nova turma a navegar nesse ambiente:

**1.** Defina suas metas e objetivos profissionais: é importante saber onde você quer chegar na sua carreira e quais habilidades e conhecimentos são necessários para atingir suas metas. Ter um plano de carreira pode ajudá-la a se

concentrar no que é importante e a estabelecer metas realistas para o seu desenvolvimento profissional.

**2. Seja proativa e assuma responsabilidades:** assumir projetos e tarefas que estejam além de suas responsabilidades cotidianas pode ajudá-la a se destacar e demonstrar seu valor. Procure oportunidades para colaborar com outras equipes e oferecer suas habilidades para ajudar em projetos.

**3. Mantenha uma boa comunicação:** a comunicação é fundamental para o sucesso em qualquer ambiente de trabalho. Certifique-se de se comunicar de forma clara e eficaz com seus colegas de trabalho e superiores, e esteja aberta a receber feedback construtivo para melhorar seu desempenho.

**4. Desenvolva suas habilidades:** buscar constantemente aprender novas habilidades e conhecimentos pode ajudá-la a se manter atualizada e relevante em sua área. Busque oportunidades de treinamento, cursos ou certificações relevantes.

**5. Equilíbrio trabalho-vida pessoal:** É essencial equilibrar a vida pessoal e profissional, não deixando que um afete o outro negativamente. Estabeleça limites claros e gerencie seu tempo com eficiência, para que você possa ter sucesso em sua carreira, bem como em sua vida pessoal.

Essas recomendações podem ajudar mulheres a passar pelos desafios e avançar em suas carreiras. Mas, vale lembrar que cada indivíduo é único e pode precisar adaptar essas recomendações às suas necessidades e circunstâncias específicas.

### **3. Como você vê o futuro da atuação das mulheres em cargos de liderança em agências de comunicação?**

Sempre vi a liderança feminina com ótimo olhos! As mulheres trazem competências valiosas para a empresa, como habilidades de comunicação eficaz, empatia, resiliência, pensamento estratégico e flexibilidade. Essas características podem ajudar a criar um ambiente de trabalho mais produtivo, colaborativo e inovador, contribuindo para o sucesso do grupo.



**Estela Bernardes**

*Vianews*

## **1. O que motivou você a construir uma carreira no setor de agências de comunicação?**

Prestava muita atenção no trabalho dos assessores de imprensa que cuidavam da minha imagem, fala e reputação das empresas que representei no ramo de TI e me identifiquei com o propósito do trabalho e valor da comunicação na minha vida e carreira profissional.

## **2. Quais recomendações você daria para mulheres que estão iniciando sua carreira em agências de comunicação?**

Avaliar o que de fato gosta de fazer, e como pode contribuir com o setor da comunicação. Se gostaria de exercer um papel mais especializado e consultivo ou de trabalhar na gestão empresarial de agências. São caminhos distintos, porém ambos bastante significativos para o mercado e marcas.

Decidido qual o caminho a seguir, procure profissionais que já trabalham nas funções, e avalie como se sentem frente aos desafios atuais e como lidam com a transformação da linguagem, comportamento e impacto nos negócios. Se você se “enxergou” nisso, vá em frente. Assim como em qualquer outro setor, o mais importante é fazer o seu trabalho, e finalizar o dia realizada e feliz com a sua entrega e colaboração nos resultados.

### 3. Como você vê o futuro da atuação das mulheres em cargos de liderança em agências de comunicação?

Aqui na Vianews, as mulheres são a maioria na liderança e sempre tivemos espaço para expor nossas ideias e projetos. Temos grandes líderes que nos representam no gênero, na atitude e na qualidade de seu trabalho, impactando a vida de vários executivos e colegas na agência.

Já falando em termos de mercado, enxergo muito espaço para mulheres ocuparem cargos de lideranças em agências assim como tenho visto na ABRACOM.



**Rosa Vanzella**  
*Grupo BCW*

### 1. O que motivou você a construir uma carreira no setor de agências de comunicação?

O que me motivou a construir uma carreira no setor foram os desafios que o trabalho dentro de uma agência nos traz diariamente. Atuei em frentes diversas de comunicação, como setor público, veículos de comunicação e posteriormente agências, mas quando migrei em definitivo para o mercado de PR, é que pude perceber o quanto uma agência nos desafia e nos faz aprender. É muito instigante, o que acabou sendo decisivo para que eu optasse por investir em uma carreira em agências. E isso me faz brilhar os olhos até hoje.

## **2. Quais recomendações você daria para mulheres que estão iniciando sua carreira em agências de comunicação?**

Acho que todo profissional que quer fazer carreira em agência tem de estar aberto a conhecer o novo e trocar. Estar pronto para aprender, inovar e, sobretudo trocar. O que tem de mais rico dentro de uma agência é a troca de conhecimento, a troca de experiência. É enriquecedor. E o profissional tem de estar aberto a isso. Mesmo que ele seja um expert em determinado assunto, ele tem de estar pronto para compartilhar conhecimento e absorver novos aprendizados.

## **3. Como você vê o futuro da atuação das mulheres em cargos de liderança em agências de comunicação?**

Temos muitas oportunidades nesse sentido e começo falando pelo próprio Grupo BCW, que hoje é liderado por duas profissionais mulheres (Rosa Vanzella e Simone Iwasso, que dividem a presidência do grupo que possui as agências Máquina CW e BCW Brasil). Nossa diretoria também é formada por uma maioria feminina. Vemos essa mesma composição em vários outros players do mercado, o que nos leva a crer que as oportunidades estão aí e tendem a permanecer abertas. É certo que temos um grande espaço a ser preenchido, mas também é certo que já temos muitos bons exemplos em nosso setor.



## **Ana Luiza Purri**

### *Prefácio*

Como em todos os setores, quanto maior o cargo de liderança, maior a dificuldade das mulheres em alcançá-lo. O mercado de comunicação é composto na sua maioria por mulheres, mas mesmo assim é um ambiente mais desafiador para as mulheres em crescimento profissional. Esse é um problema que envolve toda a sociedade e por isso precisa da participação de todos para mudarmos essa realidade.

É muito importante discutirmos a posição das mulheres no mercado da comunicação, no mercado de trabalho como um todo, mas em tempos de aumento da violência contra as mulheres, acredito mais urgente falar sobre o respeito pelas mulheres dentro e fora do ambiente de trabalho. Muitas mulheres continuam morrendo pelo simples fato de ser mulher.



**Graziela Voltarelli**

*CDI*

## **1. O que motivou você a construir uma carreira no setor de agências de comunicação?**

Entrei na comunicação corporativa por acaso, mas fiquei por afinidade. No início da minha carreira, eu trabalhava em uma editora de revistas bastante segmentadas, até que surgiu uma oportunidade em uma agência. Foi quando eu me deparei com um mundo de possibilidades: no meio corporativo, a informação não se esgota na notícia; ela serve de ponto de partida para um trabalho muito mais amplo, que envolve a criação de estratégias, planejamento, organização de eventos, preparo de porta-vozes. É, de fato, o elo entre a companhia e a mídia – e diversos outros públicos de relacionamento, sobretudo hoje em dia. Vi nisso um mercado promissor – isso lá no início dos anos 2000, quando a atuação do repórter e do assessor ainda era muito distante uma da outra, e mal se falava em comunicação corporativa nas faculdades de jornalismo. Achei que o dinamismo do setor tinha bastante a ver com o meu perfil, além de ver uma possibilidade de ter um plano de carreira. Depois disso, até recebi propostas de voltar para a redação, mas resolvi investir de vez no meu lado relações públicas.

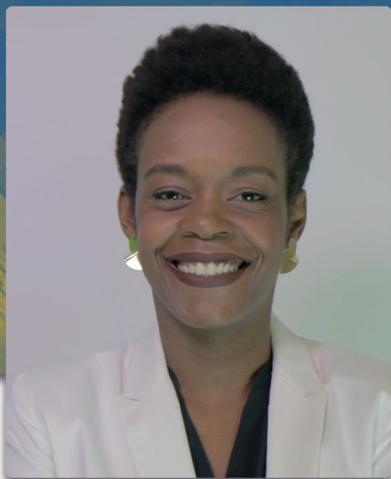
## **2. Quais recomendações você daria para mulheres que estão iniciando sua carreira em agências de comunicação?**

Acreditar no seu potencial é um bom começo. O ambiente das agências de comunicação costuma ser amigável para mulheres: você encontra muitas profissionais em cargos de destaque. Na CDI, por exemplo, somos maioria, tanto no

quadro de colaboradores como na liderança. Trabalhar no setor é quase sempre saber que você está em um ambiente em que é ouvida, respeitada e que suas ideias são levadas adiante. Diferentemente de outros setores, essa não é uma área em que você precisa constantemente ir rompendo barreiras – mesmo atendendo setores tradicionalmente mais masculinos. No meu início, por exemplo, eu atuava em uma agência especializada no ramo automotivo, o que não me impediu de desenvolver minha carreira.

### **3. Como você vê o futuro da atuação das mulheres em cargos de liderança em agências de comunicação?**

Vejo um futuro extremamente promissor, e a tendência é encontrar cada vez mais mulheres nos principais cargos. A diversidade é uma pauta recorrente, tanto na forma como orientamos os clientes como nas práticas internas. E o mercado que contrata os nossos serviços também é bastante receptivo a ter mulheres liderando suas contas – afinal, de nada adianta a agência se esforçar em ser diversa, e o cliente ser resistente à ideia. A participação não só de mulheres como de pessoas da comunidade LGBTQIAP+, por exemplo, é um avanço que não tem volta, e essa é certamente uma das mensagens que, como comunicadores, ajudamos a amplificar.



**Márcia Cirino**

*Weber Shandwick*

### **1. O que motivou você a construir uma carreira no setor de agências de comunicação?**

Com certeza o dinamismo, a oportunidade de estar sempre pensando em desafios e soluções e de aprender constantemente. O movimento contínuo de buscar com os times como fazer diferente e melhor é muito estimulante e me motiva muito nesta carreira.

### **2. Quais recomendações você daria para mulheres que estão iniciando sua carreira em agências de comunicação?**

Ser curiosa, buscar trocar experiências com pessoas de equipes diferentes, explorar possibilidades e ter coragem de acreditar no próprio potencial.

### **3. Como você vê o futuro da atuação das mulheres em cargos de liderança em agências de comunicação?**

Vejo que ainda há muitos desafios de diversidade, inclusão, reconhecimento, suporte e igualdade de oportunidades, mas também vejo um futuro promissor, com cada vez mais mulheres em posições de liderança, à medida que evoluímos nestes debates e em ações concretas.



**Maira Manesco**

*Race Comunicação*

## **1. O que motivou você a construir uma carreira no setor de agências de comunicação?**

Para responder essa pergunta, preciso voltar um pouco no tempo e dizer que quando escolhi ser relações-públicas, já sonhava com uma carreira em assessoria de imprensa. Ainda na faculdade, descobri que para seguir nesse caminho precisaria ingressar em uma agência de comunicação. E dediquei meus esforços para estagiar na área, consegui. Trabalho em agências de comunicação desde 2009, e em nenhum momento pensei em mudar, muito pelo contrário... Me encontrei de verdade em assessoria de imprensa, e descobri ao longo dessa jornada que estar dentro de uma agência traz infinitas possibilidades de atuação e isso é o que mais me encanta.

## **2. Quais recomendações você daria para mulheres que estão iniciando sua carreira em agências de comunicação?**

Eu costumo dizer que trabalhar em agência de comunicação é cursar uma segunda universidade, porém essa só traz lições práticas. Então, aproveite para abraçar essa oportunidade e descobrir as inúmeras possibilidades que existem dentro de uma agência de comunicação. Esse é um caminho, por vezes, mais desafiador, pois precisamos lidar com muitas expectativas, porém as experiências conquistadas em uma agência são imensuráveis. Em cada trabalho você estará descobrindo um novo mercado, conhecendo novas possibilidades e vivenciando as diversas áreas da comunicação.

### 3. Como você vê o futuro da atuação das mulheres em cargos de liderança em agências de comunicação?

Mulheres são a maioria no mercado de comunicação, basta entrar em uma faculdade de relações públicas ou jornalismo para constatar isso, mas ainda somos poucas na liderança. A Race Comunicação tem trilhado uma trajetória de mudança no mercado, a equipe de liderança é formada igualmente por homens e mulheres, e isso reflete também na equipe de toda agência. Esse é um movimento importante, mulheres precisam de outras mulheres como inspiração - saber que podem ser mães, profissionais e conquistarem um cargo de liderança. E vejo que o setor tem observado isso com carinho e cuidado, implantando, por exemplo, políticas de diversidade, o que impactará em um futuro promissor para as mulheres que atuam em agências de comunicação.



**Deborah Jacob**

*Macob*

### 1. O que motivou você a construir uma carreira no setor de agências de comunicação?

A carreira em agência de comunicação corporativa é muito dinâmica e estimulante e isso sempre me atraiu bastante. O trabalho é desenvolvido com clientes de diversos setores da indústria e em diferentes momentos da comunicação. Um dia estamos atuando em Media Training, no outro trabalhando no lançamento de um produto e no outro pensando em ideias de comunicação

interna. Esse constante movimento de interação com as novidades é muito interessante e nos faz estar sempre antenados e atualizados.

## **2. Quais recomendações você daria para mulheres que estão iniciando sua carreira em agências de comunicação?**

O trabalho em agência de comunicação é muito gratificante e podemos usar muito de nossa criatividade e sugestões de novas ideias. Recomendaria a quem está começando a carreira a aproveitar as oportunidades de comunicação nos clientes para obter conhecimento e experiência em novas ferramentas, aplicativos, mídias e influenciadores.

## **3. Como você vê o futuro da atuação das mulheres em cargos de liderança em agências de comunicação?**

Acredito que as mulheres já têm uma habilidade nata para a comunicação. Nas agências de comunicação, já existem lideranças femininas e acredito que a tendência é ainda aumentar a presença e liderança feminina no setor.



**Cleide Pinheiro**

*Temple*

## **1. O que motivou você a construir uma carreira no setor de agências de comunicação?**

Quando fundei a agência há quase 25 anos (completará em abril próximo) eu só enxerguei mais uma oportunidade de fonte de renda. Empreendi por

necessidade como a maioria dos brasileiros. Porém, não demorou muito para perceber que estava diante de um negócio que poderia crescer e abrir novos horizontes para mim e centenas de profissionais da região Norte. Enfrentando as distâncias e as dificuldades de logística e comunicação comuns da Amazônia fui forjada junto com meus sócios e nosso time a sempre desenvolver soluções adequadas ao nosso cenário local de cada município e projeto que éramos contratados. O resultado desse empenho foi a indicação de um cliente para o outro e nossa reputação nos permitindo trabalhar até para concorrentes (com autorização e indicação entre eles). Assim, fomos crescendo e ampliando nosso portfólio e somos hoje uma das 20 maiores agências de comunicação corporativa do Brasil. Tenho muito orgulho da nossa história e do nosso time que sonha junto e não mede esforços e inteligência para fazer as melhores soluções de comunicação para nossos clientes.

## **2. Quais recomendações você daria para mulheres que estão iniciando sua carreira em agências de comunicação?**

- Sejam curiosas e criativas.
- Desenvolvam pensamento crítico e analítico.
- Não descuidem da saúde mental e do tempo com sua família.
- Estudem um pouco todo dia

## **3. Como você vê o futuro da atuação das mulheres em cargos de liderança em agências de comunicação?**

Na Temple dos 104 empregados, 60% são mulheres. Nos cargos de liderança também somos maioria. Acredito que essa é uma tendência do nosso mercado. Aliás, um mercado que não faz diferença remunerações para homens e mulheres e permite um ambiente saudável no quesito equidade de gênero. Mas ainda precisamos avançar um bocado em outras pautas, principalmente quando envolve o universo dos nossos clientes.

A revolução digital e os desafios do mundo pós-covid estão impondo a necessidade urgente de novos saberes, de olhares mais empáticos para nossos times e cuidados com a saúde mental e outras demandas que surgem diariamente para quem lidera no nosso segmento. Acredito que há muito espaço

para crescimento e desenvolvimento da mulher nesses cargos e eu estou estudando um pouco todo dia para seguir com meu time para desbravar os desafios de fazer comunicação na região Norte que é tão diversa e complexa.



**Carina Almeida**

*Textual*

### **1. O que motivou você a construir uma carreira no setor de agências de comunicação?**

Sou apaixonada por comunicação. Me formei simultaneamente também em Economia, mas a comunicação sempre falou mais alto. Trabalhei primeiro em redação de jornal, ao longo de sete anos, e acabei mudando para o nosso setor de agências de comunicação motivada pela busca de novos desafios.

### **2. Quais recomendações você daria para mulheres que estão iniciando sua carreira em agências de comunicação?**

Unir a paixão pela comunicação com a disciplina do aprendizado permanente, somar a capacidade de escuta à postura de estar sempre aberta ao novo.

### **3. Como você vê o futuro da atuação das mulheres em cargos de liderança em agências de comunicação?**

Vejo um futuro ainda mais promissor, que está sendo construído hoje. Na Textual, por exemplo, 70% das lideranças são mulheres.



**Claudia Rondon**

*RPMA*

## **O que motivou você a construir uma carreira no setor de agências de comunicação?**

Sou publicitária e comecei minha carreira em agências de Propaganda, em uma época em que as áreas eram bem separadas e poucas agências no País tinham um departamento de Relações Públicas. Fui pioneira e desenvolvi a área de RP em algumas das principais agências de publicidade – Dpz; Fischer & Justus; Young & Rubicam E Talent. O sucesso desta trajetória me fez ter a certeza de que queria empreender nesta área e seguir nesta linha. Fundei agências de comunicação, comercializei para grupos internacionais e hoje estou à frente da RPMA, juntamente com meus sócios.

## **Quais recomendações você daria para mulheres que estão iniciando sua carreira em agências de comunicação?**

Hoje a comunicação mudou completamente, pois as barreiras entre o marketing, o digital, as RP, as relações com a mídia deixaram de existir.

É demandado das profissionais, antes de mais nada, o apreço pelo relacionamento, saber ler e perceber as demandas e como se dá essa construção. É preciso pensar a comunicação de forma ampla, conhecer todas as mídias, em todas as plataformas, saber utilizar as principais ferramentas e considerar o enorme cardápio de possibilidades da comunicação nas suas estratégias. Para isso, as profissionais da nossa área não podem se acomodar, precisam acompanhar as inovações do mercado e quanto mais abrangente e interessadas ela forem, melhores serão seus resultados.

Na minha visão, as mulheres em geral, têm uma facilidade natural para essas tarefas. Elas conseguem ter um olhar muito antenado, têm grande sensibilidade, são absolutamente relacionais e, podem e devem, usar todas essas habilidades na comunicação. Não raro são os softskills que as mulheres desenvolvem que, juntamente com a capacidade técnica e a habilidade natural, as colocam em posição de destaque na comunicação.

Se por um lado somos mais multitarefas, por outro, somos capazes de fazer as interconexões com os mais variados cenários nas nossas estratégias.

Como você vê o futuro da atuação das mulheres em cargos de liderança em agências de comunicação?

As mulheres hoje já ocupam mais de 50% dos cargos de liderança nas agências de comunicação e o mercado só tem a ganhar com isso.

A complexidade do processo da comunicação exige a maior diversidade possível, vários olhares, várias análises, interlocuções variadas, com posicionamento empático. Quanto mais diversa for a equipe de uma agência, mais criativa e eficiente ela será, mais capaz de contribuir para o processo de comunicação.

E quando pensamos em diversidade deve-se considerar o aspecto mais amplo e plural possível, representando toda a complexidade da formação humana: gênero, raça, religião, trajetória, cultura, geração, opção sexual etc.

Essa mistura permite uma troca riquíssima de culturas, desenvolve nas pessoas o espírito da compreensão e tolerância das diferenças e do saber se relacionar. Todos ganham com isso: clientes, o mercado e os profissionais.

Confio muito no poder das mulheres e na sua habilidade em lidar com essa enorme complexidade.



**Michele Cruz**

*Dupla Comunicação*

### **1. O que motivou você a construir uma carreira no setor de agências de comunicação?**

Sempre fui apaixonada pela comunicação empresarial, pois acredito que as organizações são setores importantíssimos para mudança na sociedade. Assim, passei pelos veículos de maneira rápida e já fui trabalhar na área. Trabalhando para empresas dos mais variados tamanhos e complexidades entendi o poder que exista em passar mensagens e construir reputação das marcas aos mais variados públicos. Ali me encontrei e segui até montar a Dupla Comunicação, há 14 anos, onde tenho satisfação e prazer de fazer isso para algumas das principais marcas do país em todo nordeste.

### **2. Quais recomendações você daria para mulheres que estão iniciando sua carreira em agências de comunicação?**

Sejam competentes e firmes, pois o machismo é estrutural. Se precisar, batam na mesa com carinho, trabalhem e brilhem muito. O sucesso de uma mulher arrasta milhares de outras.

### **3. Como você vê o futuro da atuação das mulheres em cargos de liderança em agências de comunicação?**

Sempre vejo o melhor no futuro, mas não existe batalha sem luta. Apesar de mais propício e de sermos maioria, ainda existe um longo caminho a ser percorrido no setor. Dentro das nossas agências, nos clientes e em qualquer local

precisamos ser diversas, estratégicas e assertivas, coerentes, competentes e firmes. A equação é danada pra resolver, mas estamos conseguindo. Afinal, somos mulheres, né?



**Fernanda Dantas**

*CDN*

## **1. O que motivou você a construir uma carreira no setor de agências de comunicação?**

A oportunidade de vivenciar a comunicação corporativa logo no começo da minha carreira me abriu os olhos para o grande leque de oportunidades que eu poderia ter. O interesse em me fortalecer nessa frente veio ao entender que a comunicação corporativa poderia me apresentar desafios nas mais diferentes áreas, como conteúdo, análise, produção, eventos e ainda me desenvolver em liderança.

## **2. Quais recomendações você daria para mulheres que estão iniciando sua carreira em agências de comunicação?**

Experimentem! assim como tive as oportunidades de me desenvolver nas muitas frentes da comunicação corporativa, indico que todas se permitam conhecer tudo o que a comunicação corporativa pode oferecer. Em cada uma delas há aprendizados que só nos fortalecem naquilo que desejamos, de fato, seguir.

### 3. Como você vê o futuro da atuação das mulheres em cargos de liderança em agências de comunicação?

O futuro é das mulheres! Em cargos de liderança ou onde quisermos. A liderança feminina na área da comunicação é uma realidade. Na CDN temos mulheres liderando grandes times com muita potência, experiência, profissionalismo, mas com uma sensibilidade para o outro que é essencial para a nova liderança que o mercado busca, uma liderança mais humanizada, com mais empatia e com olhar para resultados e solução de problemas.



**Raquel Lafayette**  
*Voz Comunicação*

### 1. O que motivou você a construir uma carreira no setor de agências de comunicação?

Acredito que seriam os desafios que a carreira nos apresenta diariamente. Trabalhar com diversos perfis de empresas, pessoas, setores; e ainda acompanhar as transformações que a comunicação vem passando, coloca-nos numa posição de muito protagonismo. E isso é um grande estímulo para seguir na carreira que escolhi. Uma escolha que veio desde a época de estágio. Foi experimentando que me encontrei nesta área da comunicação e construí minha história profissional.

## 2. Quais recomendações você daria para mulheres que estão iniciando sua carreira em agências de comunicação?

Para as mulheres que querem fazer sua trajetória na comunicação empresarial, eu diria que estejam abertas a enfrentar muitos desafios, mas também de aprender muito e sentir o quanto a comunicação é importante para o crescimento e desenvolvimento de uma organização. Somos sim, fundamentais.

## 3. Como você vê o futuro da atuação das mulheres em cargos de liderança em agências de comunicação?

Vejo de forma muito positiva. Já começamos a ocupar esses espaços e expectativa é termos uma participação ainda mais ativa.



**Juliana Miranda**  
*Mira Comunicação*

## 1. O que motivou você a construir uma carreira no setor de agências de comunicação?

Na verdade, não tinha isso como uma meta ou algo pré-estabelecido, as coisas foram acontecendo de uma forma muito orgânica e dentro da comunicação, como jornalista que sou, eu sempre tive muita vontade de aprender e de diversificar as possibilidades do trabalho de comunicação. Passei por redação e amava tudo o que envolvia o processo de produção da notícia, de trocas de conhecimento com as pessoas, de novos produtos que vinham surgindo no

jornalismo, como nos anos 2000 o surgimento do online, enfim, e disso acabei indo, com pouco tempo de formada, para agência de comunicação, algo que eu nunca tinha visto na faculdade. Me formei em 2000 e essa característica foi predominando, trabalhei tanto em agência quanto no mercado corporativo e foi onde encontrei muita sinergia com o que eu sempre acreditei que era o trabalho com as pessoas, isso é um pouco da característica que tenho de Relações Públicas e isso tudo me levou a querer montar um negócio e convidada pelo meu sócio, acabei entrando nessa área e mergulhando com mais intensidade no empreendedorismo e na gestão da agência.

## **2. Quais recomendações você daria para mulheres que estão iniciando sua carreira em agências de comunicação?**

Uma felicidade muito grande que eu tive de atuar nessa área é que justamente é um dos poucos setores da economia onde prevalecem as lideranças femininas, acho que a oportunidade dentro do mercado de agência de comunicação favorece muito as mulheres, elas não só predominam mas acho que a própria natureza da mulher é muito bem vista dentro da execução da gestão do trabalho, do dia a dia, o que muitas vezes em outras áreas não acontece, são áreas ainda predominantemente masculinas, então a mulher tem que galgar um espaço muito maior. Acho que as mulheres que estão ingressando na área devem entrar de cabeça porque vocês são realmente muito bem acolhidas e as próprias mulheres, eu acho, que elas têm essa característica de acolher, de liderar pelo exemplo, algo que sempre tive sorte com as gestoras que tive. Então é algo que eu procuro fazer no dia a dia e acho que essa é a grande recomendação, não tenham medo de ousar, de achar seu espaço, de aprender e sempre com um olhar de empatia, de humildade independente do cargo em que se ocupa, acho que essas são as características que fazem você crescer na carreira e com o olhar dos outros de respeito e de admiração.

## **3. Como você vê o futuro da atuação das mulheres em cargos de liderança em agências de comunicação?**

Acho que a tendência é cada vez mais as mulheres ocuparem esses cargos dentro de agências de comunicação, especialmente considerando o momento. O próprio mercado já é um setor diferenciado nesse sentido de oportunidades para as mulheres e acho que o momento em que nós estamos existe mais voz para as mulheres para questão de, por exemplo, diversidade, de ESG, de

oportunidades de inclusão e as mulheres dentro desse espaço acabam tendo mais voz, mais oportunidade, mais empatia. Um ponto que também acho muito importante dentro das agências é a questão do olhar socio emocional, o olhar pra questão da saúde mental, as soft skills que são tão exigidas hoje favorecem sem dúvida nenhuma a mulher para espaços de cargos maiores, porque a mulher tem uma vivencia, ainda algo estrutural em nossa sociedade, que faz com que a mulher tenha uma sobrecarga de funções, como mãe, com a casa, é algo que ainda existe e acredito que isso faz com que nós mulheres tenhamos um olhar mais acolhedor e mais empático com outras mulheres e também com esse cuidado para o emocional, a saúde mental. Então creio que essas são características das lideranças já no dia de hoje e no futuro vão cada vez mais reforçar o papel da mulher nas agências de comunicação.



**Flávia Caldeira**

LLYC

## **1. O que motivou você a construir uma carreira no setor de agências de comunicação?**

Trabalhar com comunicação, para mim, é nato. Eu amo. Construir uma reputação, trabalhar a percepção dos interlocutores e a construção de imagem dos clientes, também. A rotina agitada, os desafios variados e a possibilidade de vivenciar diversos setores fizeram com que eu ficasse cada dia mais encantada com a profissão. E, somado a isso, ainda tem as pessoas: os profissionais, o time, os clientes...

## 2. Quais recomendações você daria para mulheres que estão iniciando sua carreira em agências de comunicação?

Escute e observe. Fazer comunicação é se fazer entender e encantar. É conseguir passar a mensagem que deseja com efetividade. Isso, a gente só consegue quando se conhece o contexto e com quem vamos interagir. Outro conselho, não menos importante para todos os jovens profissionais: valores, respeito e delicadeza nunca são demais.

## 3. Como você vê o futuro da atuação das mulheres em cargos de liderança em agências de comunicação?

Somos muitas né?? Nossas vozes estão cada vez mais fortes. Acho que a liderança deve ser acolhedora. Assim, conseguimos construir projetos de mais qualidade e inovadores. Uma pergunta que os líderes devem se fazer sempre: “que diferença faço na vida das pessoas do meu time?”. O cuidado diário é primordial. E isso, as mulheres fazem com maestria. Naturalmente.



**Lucia Faria**  
*LF&Cia Comunicação*

## 1. O que motivou você a construir uma carreira no setor de agências de comunicação?

Vou confessar que nada foi planejado. Trabalhei por 13 anos na imprensa e, em determinado momento, enxerguei oportunidade em Comunicação Corpo-

rativa. Tinha saído de um emprego com bom salário, cargo e carteira assinada. Fui, então, me preparar para esse novo momento. Entrei numa pós-graduação em RP para adquirir conhecimentos e conhecer pessoas. A estratégia deu certo. Eu, que nunca tinha pensado em empreender, abri minha própria agência. E assim já passaram 21 anos.

## **2. Quais recomendações você daria para mulheres que estão iniciando sua carreira em agências de comunicação?**

Estudar, estudar, estudar. Não há recomendação melhor. Nosso mercado está em profunda mudança. É preciso se preparar para as novas demandas e oportunidades. Temos de entender para onde caminha o setor, com integração de ferramentas e práticas, principalmente no que se refere ao ambiente digital. Isso sem falar da importância de estudar uma segunda língua para fazer parte deste mundo sem fronteiras. As mulheres têm muitos desafios em seu cotidiano, além da vida profissional. Mas, jovens ou não, iniciantes ou experientes, é hora de se preparar para o futuro que já bateu em nossas portas.

## **3. Como você vê o futuro da atuação das mulheres em cargos de liderança em agências de comunicação?**

Nosso mercado é formado por muitas mulheres e várias delas estão em cargo de liderança nas agências. Há alguns anos, ao integrar a diretoria da Abracom, conheci diversas gestoras de Comunicação Corporativa em todo o Brasil. Posso garantir que estamos muito bem representadas, são mulheres extremamente bem-preparadas. Liderança não se constrói sozinha. Uma boa líder é aquela que ouve, compartilha, avança e retrocede na hora certa. Quem chegou no topo precisa ajudar as outras nessa trajetória. Acho que estamos no caminho certo e novas líderes serão conhecidas em um futuro próximo em nosso mercado.



**ABRACOM**

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS  
AGÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO