




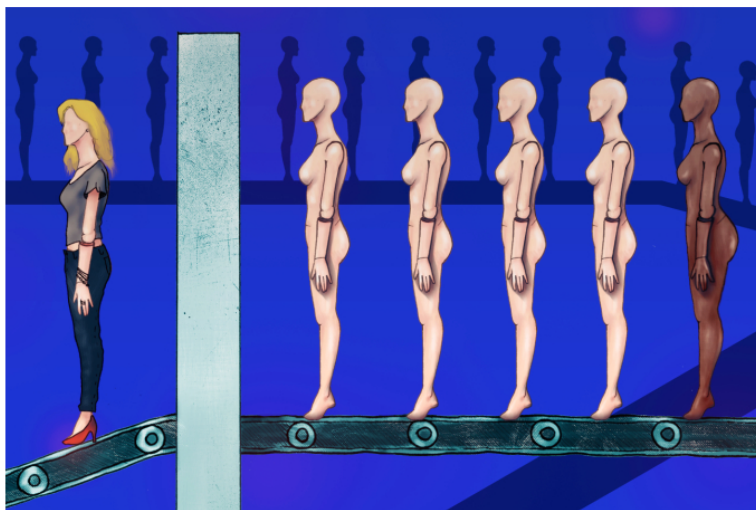
 <p>Caixa para barra de chocolate...</p> <p>R\$ 5,50 elo7</p>	 <p>Quebra-sol - alternativo - Passat 1979...</p> <p>R\$ 32,40 elo7</p>	 <p>Kit PulseirasCouro Infinito...</p> <p>R\$ 49,90 elo7</p>	 <p>Shampoo Cortishamp Agener...</p> <p>R\$70,20 elo7</p>	 <p>Caixa com o nome Personalizado</p> <p>R\$ 50,00 elo7</p>	 <p>Cadeira Importado Fixa...</p> <p>R\$ 374,90 elo7</p>
---	---	--	---	--	--

ESTILO DE VIDA

Por que precisamos de (muito mais) diversidade na publicidade?

Onipresente no cotidiano de todos, ela influencia mais do que imaginamos e ajuda a construir inseguranças irreversíveis.

Por **Priscila Doneda**
9 nov 2016, 19h52



(Camilla Loureiro/MdeMulher)

Atualmente as mulheres são 51% da população brasileira, sendo que 40% delas são chefes de família e 32 milhões pagam as contas da casa. Elas têm 80% do poder de compra, são 56% dos estudantes universitários, 51,2% dos novos empreendedores e 53% das pessoas conectadas nas redes sociais. Mesmo assim, **65% delas não se sentem representadas pela mídia**, segundo dado do Instituto Patrícia Galvão. **E, infelizmente, isso não surpreende.**

Um estudo da Heads Propaganda observou materiais publicitários que foram exibidos em canais abertos e pagos de televisão e posts de marcas no Facebook durante determinado período. O resultado da análise apontou que, de maneira geral, a publicidade reforça estereótipos e não representa a diversidade de raça e gênero da sociedade brasileira.

A partir do código estabelecido pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR), "nenhum anúncio deve favorecer ou estimular qualquer espécie de ofensa ou discriminação social, racial, política, religiosa ou de nacionalidade". No entanto, de acordo com a pesquisa, a segunda maior causa de reclamações no órgão são queixas que se referem a discursos e comportamentos racistas, sexistas e machistas.



Desodorante natural, quais são os prós e contras?

Horóscopo



Aquário - 22/12 a 19/02

Previsão para 29 de Janeiro

[Ver previsão completa](#)

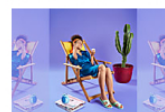
Selecione um signo

Recomendado para você

por taboola



Todas as faces de Ray Kaiser | Publicado por MF Press Global



Pele fresh e corpo são, com a cara do verão!



Especialista em marketing digital explica as principais tendências para campanhas de sucesso | Publicado por...

Pela Web

Links patrocinados por taboola



Como elas estão agora é de cortar o coração

Finance Nancy



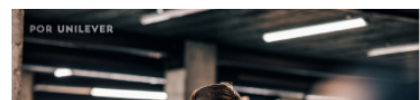
O jogo mais viciante do ano!

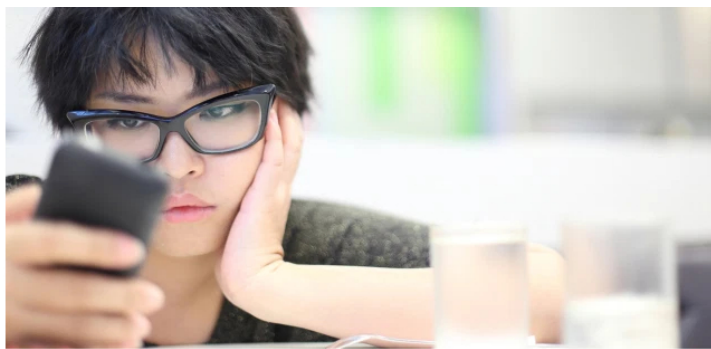
Forge of Empires - Jogo Online Grátis



O segredo para comprar na Netshoes que as pessoas não sabem

Cuponomia





Caixa para barra de chocolate dia dos professores

R\$ 5,50

eto7

Quebra-sol - alternativo - Passat 1979 até 1989 - preto e

R\$ 32,40

ALCANTARA

"Não podemos continuar pensando que 'é só publicidade', porque ela é onipresente nos nossos dias, reforça estereótipos, projeta padrões inalcançáveis e reflete comportamentos ofensivos. Também não estamos dizendo que a publicidade é o único grande problema, mas é parte dele. E, por ser assim, tem responsabilidade de se tornar parte da solução", afirma Carla Alzamora, diretora de planejamento da Heads.

Um dos principais pontos para qual o estudo aponta é que pessoas brancas são sete vezes mais representadas na publicidade brasileira. Dessa maneira, é criada uma imagem irrereal dessa sociedade, o que exclui do contexto social negros, amarelos e indígenas, por exemplo. Por isso, apesar de não terem ofensas explícitas no que é veiculado, **a ausência de representação consiste em uma violência simbólica, que também é uma forma de racismo.**

Outro ponto interessante que foi observado é que até mesmo os cabelos que são exibidos nas propagandas fazem parte de um padrão. Na televisão, 62% das protagonistas aparecem com os fios lisos e apenas 1% tem cabelo crespo. Enquanto isso, no Facebook, 69% delas têm cabelo liso e 7%, cabelo crespo. Para os homens, a cobrança também existe. Na TV, 66% dos personagens principais têm cabelo liso, 3% têm cabelo crespo e 6% são carecas. No Facebook, 68% têm fios lisos, 3% têm cabelo crespo e os mesmos 6% são carecas.



Entre os principais estereótipos retratados em comerciais, estão **o padrão de beleza imposto como ideal, a determinação de papéis ou profissões por gênero e os padrões de comportamento restritos a cada um deles.** A publicidade reforça a existência de "profissões masculinas" e exhibe os homens como idotizados, em posição de poder, exercendo força física, autoritarismo, entre



Desodorante sem alumínio: você está preparado para suar mais?



NAS BANCAS

Assine

Leia também no

Mais vistas

- 12 posições sexuais possíveis para inovar na transa
- Papa Francisco defende educação sexual em escolas: "Sexo é um dom de Deus"
- 30 receitas para um jantar de última hora
- 17 cantadas muito loucas para ~usar~ com o crush
- Relembre o final de Avenida Brasil: o desfecho de Carminha, Tufão e Nina

ECONOMIA CABE NO SEU 2020.

COMPRA COMIDA SAUDÁVEL COM VA/VR.

COMPRA AGORA >

Ad

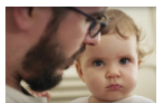
normalizados, em posição de poder, exercendo força física, autoritarismo, entre outros. A pesquisa ainda ressalta que a TV os estereotipa mais que o Facebook, mas não necessariamente com questões que são consideradas mais ofensivas.

No que diz respeito aos gastos, a pesquisa estima que **R\$21 milhões seja o investimento em mídias que reforçam esses estereótipos de gênero**, enquanto R\$12 milhões sejam gastos em publicidades que realmente empoderam.

Esse levantamento ainda concluiu que dois terços dos comerciais não contribuem para a equidade de gêneros, mas que, em comparação com pesquisas anteriores, caiu de 36% para 26% a publicidade que reforça esse tipo de preconceito. Além disso, não houve aumento nos comerciais que empoderam ao quebrar esses estereótipos, mas cresceram os casos em que a intenção é empoderar, embora acabem errando a execução e rotulando da mesma forma.

Outra mudança significativa foi que, na TV, por exemplo, a representação da mulher hipersexualizada caiu 60% em relação ao último estudo, feito no período de verão e pré-carnaval. "Há mudanças positivas, como a diminuição do índice de estereótipos, o reconhecimento das mulheres por talentos e não por características físicas, a sororidade entre mulheres... Mas o balanço geral ainda é negativo", finaliza Carla Alzamora.

Veja também



ESTILO DE VIDA

Documentário convida homens a lutarem por igualdade de gênero

🕒 31 out 2016 - 19h10



ESTILO DE VIDA

Estas 7 garotas explicam por que é racista dizer que somos todas iguais

🕒 25 jul 2016 - 19h07



ESTILO DE VIDA

101 memes para responder comentários machistas

🕒 14 jun 2016 - 18h06



ESTILO DE VIDA

Com o 'politicamente correto' o mundo não fica mais chato. Fica mais justo

🕒 14 dez 2015 - 17h12



ASSINE GOREAD

Mais de 220 revistas, além de notícias atualizadas, em um só app

TUDO SOBRE

DIVERSIDADE

EMPODERAMENTO FEMININO

IGUALDADE DE GÊNERO

MARKETING E PROPAGANDA

RACISMO

REPRESENTATIVIDADE