

TODXS?

heads.

VOCÊS
SE SENTEM
REPRESENTADOS
PELA
PUBLICIDADE?



65%

* Fonte: Instituto Patrícia Galvão



NÃO
É SÓ
PU
BLI
CI
DA
DE

PARTE
DO
PROBLEMA

X

PARTE
DA
SOLUÇÃO



O
OPOSTO
DE
OFENSIVO
NÃO É
CHATO



NÃO É
SÓ
SOBRE
MULHERES



PRO
JE
TO

COMO GÊNEROS E RAÇAS
SÃO REPRESENTADOS NA
PUBLICIDADE?

UNI VER SO



8.051

peças publicitárias

3.038

inserções de filmes 30"

50

segmentos

207

marcas



889

posts

33

segmentos

127



PERSONAGENS

protagonistas

17% produto

33%

homens

brancos **83%**

negros **7%**

diversos **10%**

26%

mulheres

brancas **84%**

negras **12%**

diversas **4%**

7%

ambos

brancos **62%**

diversos **38%**

11%

sociedade

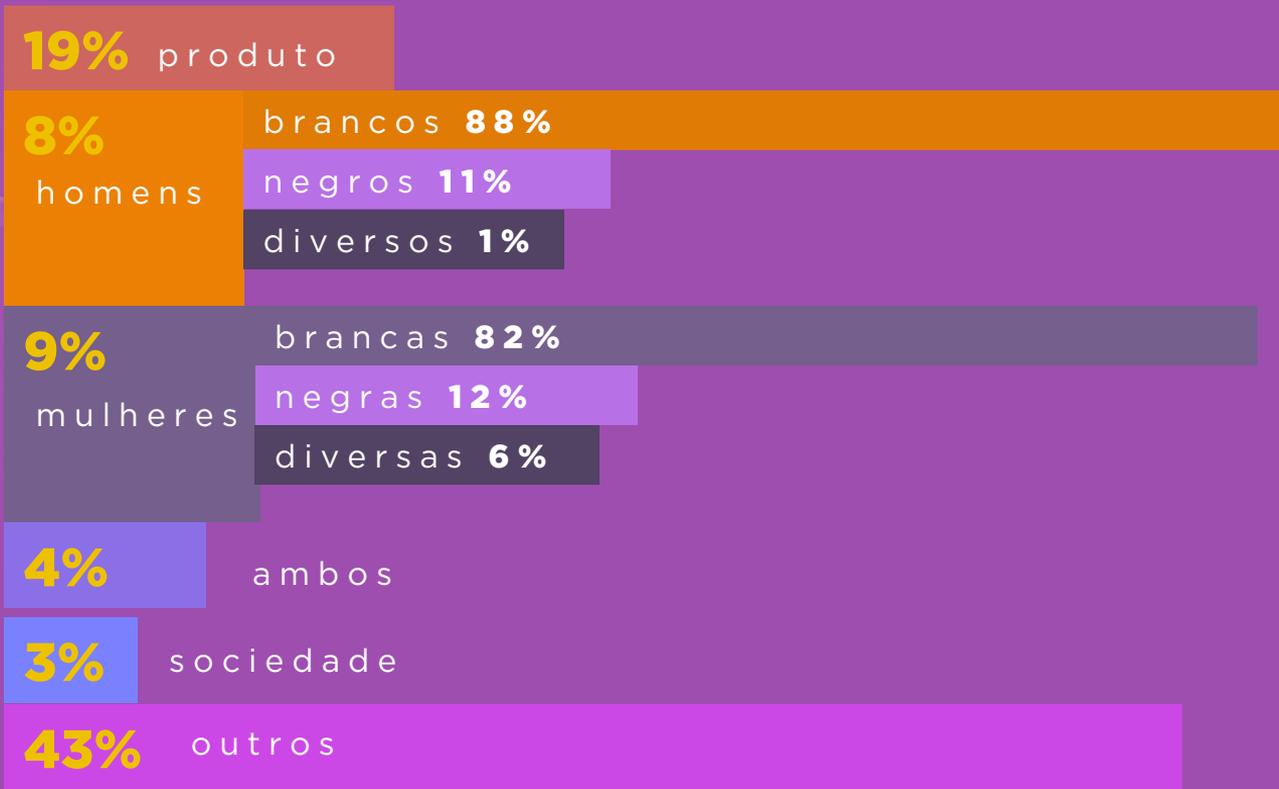
branca **18%**

diversidade **82%**



PERSONAGENS

protagonistas





INVI
SIBI
LIDA
DE

INVI
SIBI
LIDA
DE

a publicidade
brasileira é racista

RE PRE SEN TA ÇÃO

No geral, os brancos são
7x mais representados.

Considerando a primeira onda do estudo, houve aumento de mulheres negras na publicidade.

E os coadjuvantes?

100%

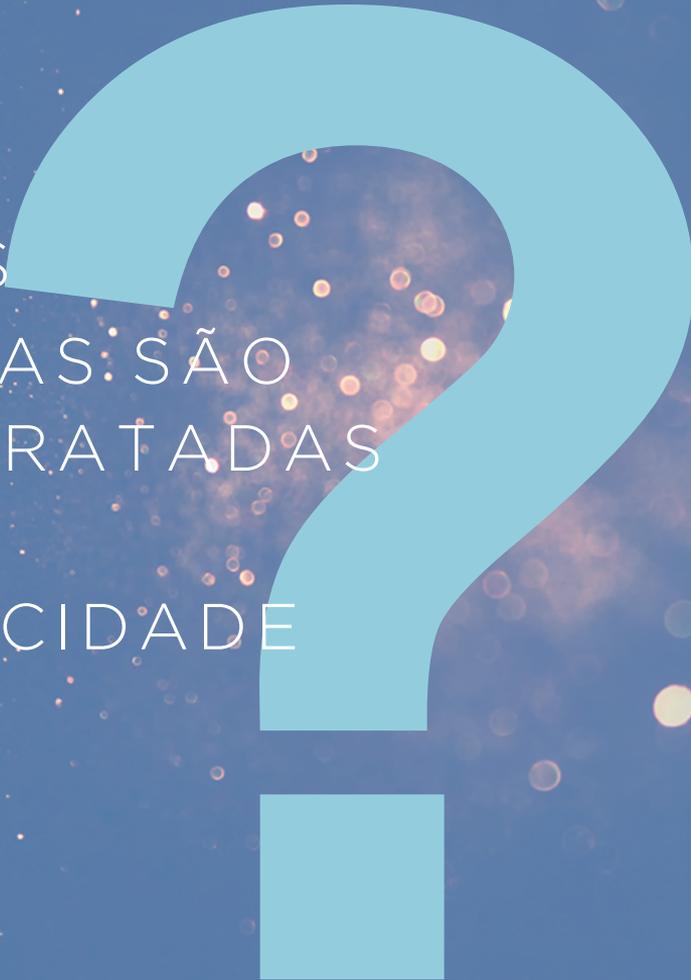
homens brancos

85%

mulheres brancas

O comparativo com a TV é similar: **93%**

COMO AS
PESSOAS SÃO
RETRATADAS
NA
PUBLICIDADE



BIO TI PO



2%

50%

36%

9%

0%

2%



6%

67%

20%

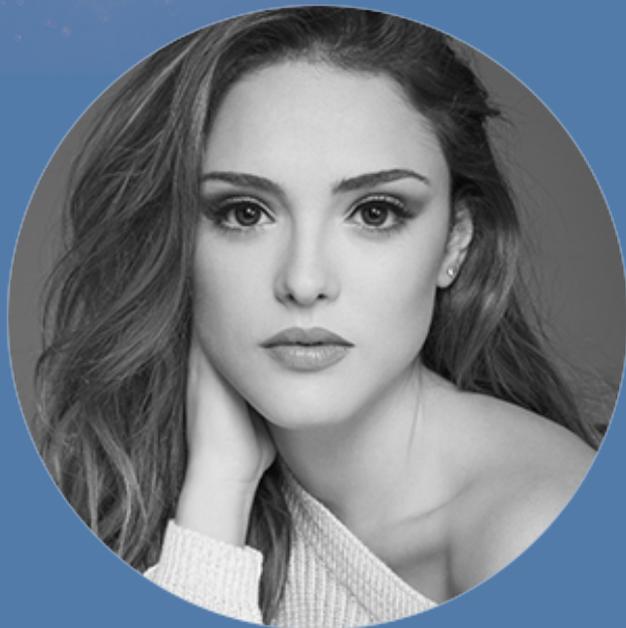
4%

1%

2%

PER
SO
NA
GENS

protagonistas



26% mulheres

84%
brancas

12%
negras

4% diversas raças



22% mulheres

82%
brancas

12%
negras

4%
amarelas

2%
indígenas

87% jovem/adulto

50% biotipo 2

62% cabelo liso

1% cabelo crespo

67% biotipo 2

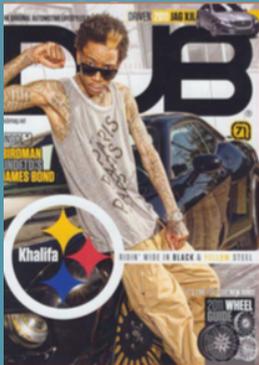
69% cabelo liso

7% cabelo crespo

E OS
HOMENS



BIO TI PO



grupos



4%

27%

41%

15%

0%

10%



1%

64%

22%

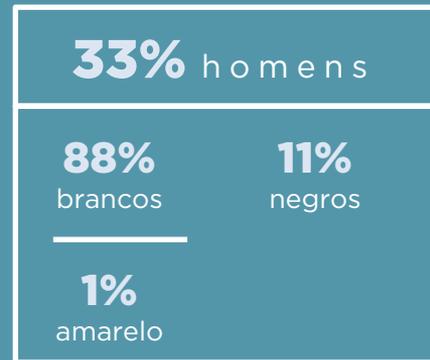
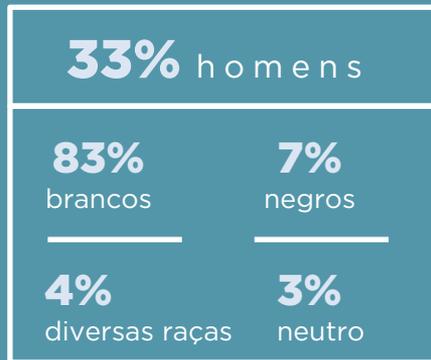
3%

1%

8%

PERSONAGENS

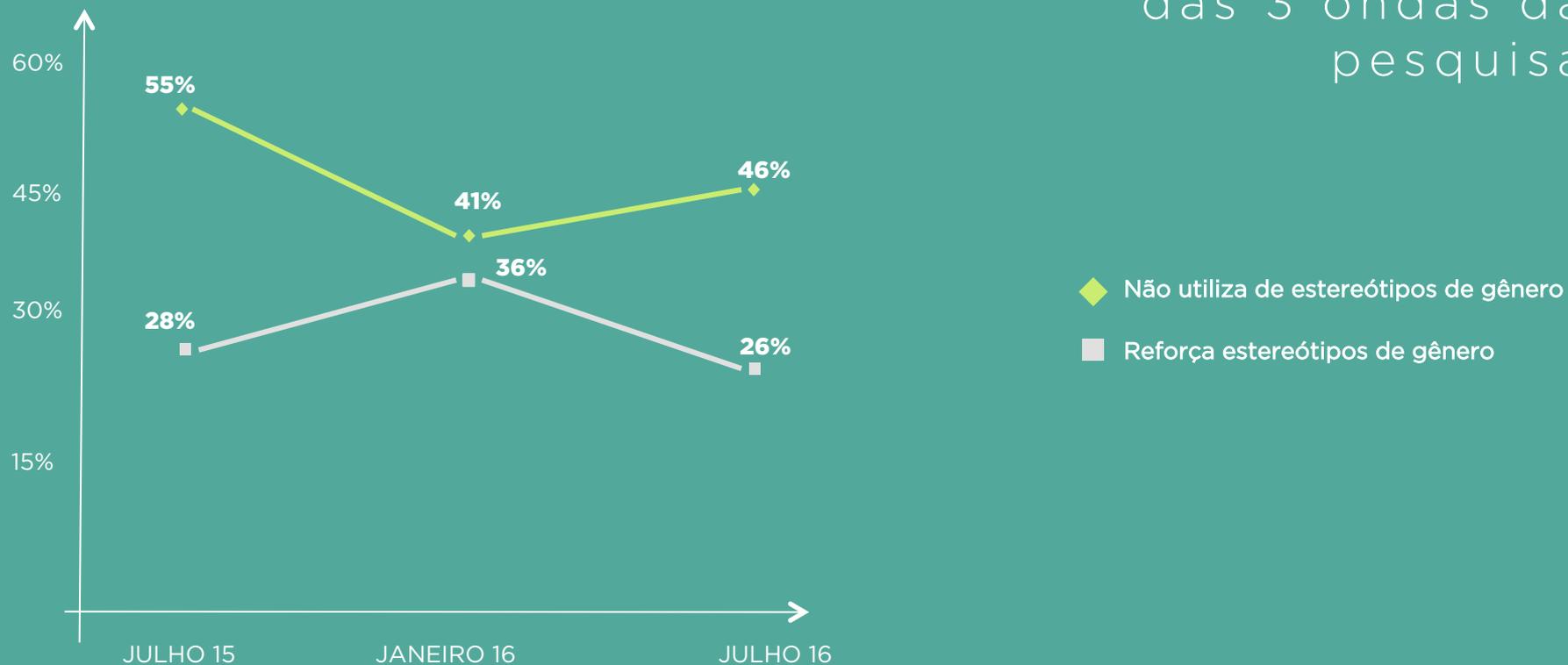
protagonistas



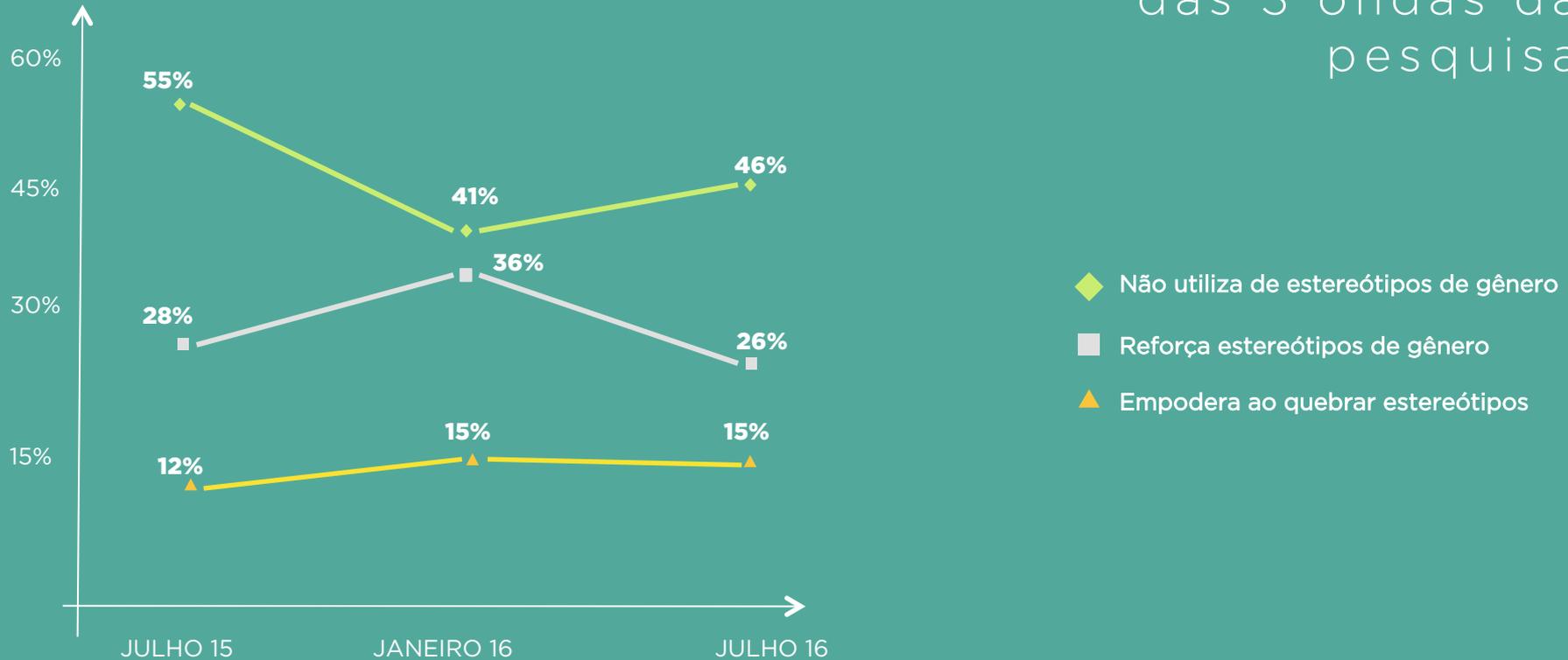
REFORÇAMOS
OU
QUEBRAMOS
ESTEREÓTIPOS



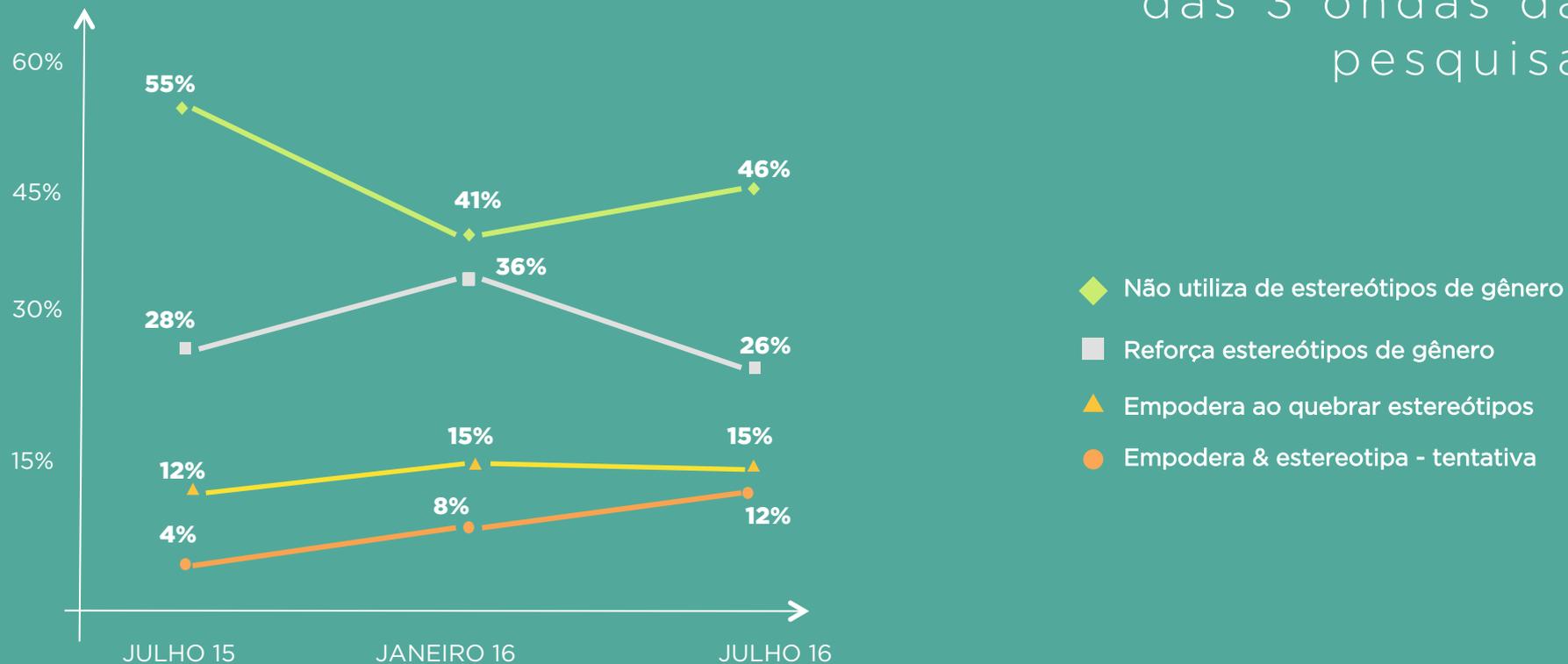
Análise comparativa das 3 ondas da pesquisa



Análise comparativa das 3 ondas da pesquisa



Análise comparativa das 3 ondas da pesquisa



R\$ **21**
milhões

é a estimativa do
investimento em mídia
**que reforça estereótipos
de gênero.**

* Investimento bruto tabela das emissoras Globo e Megapix.

R\$ 12

milhões

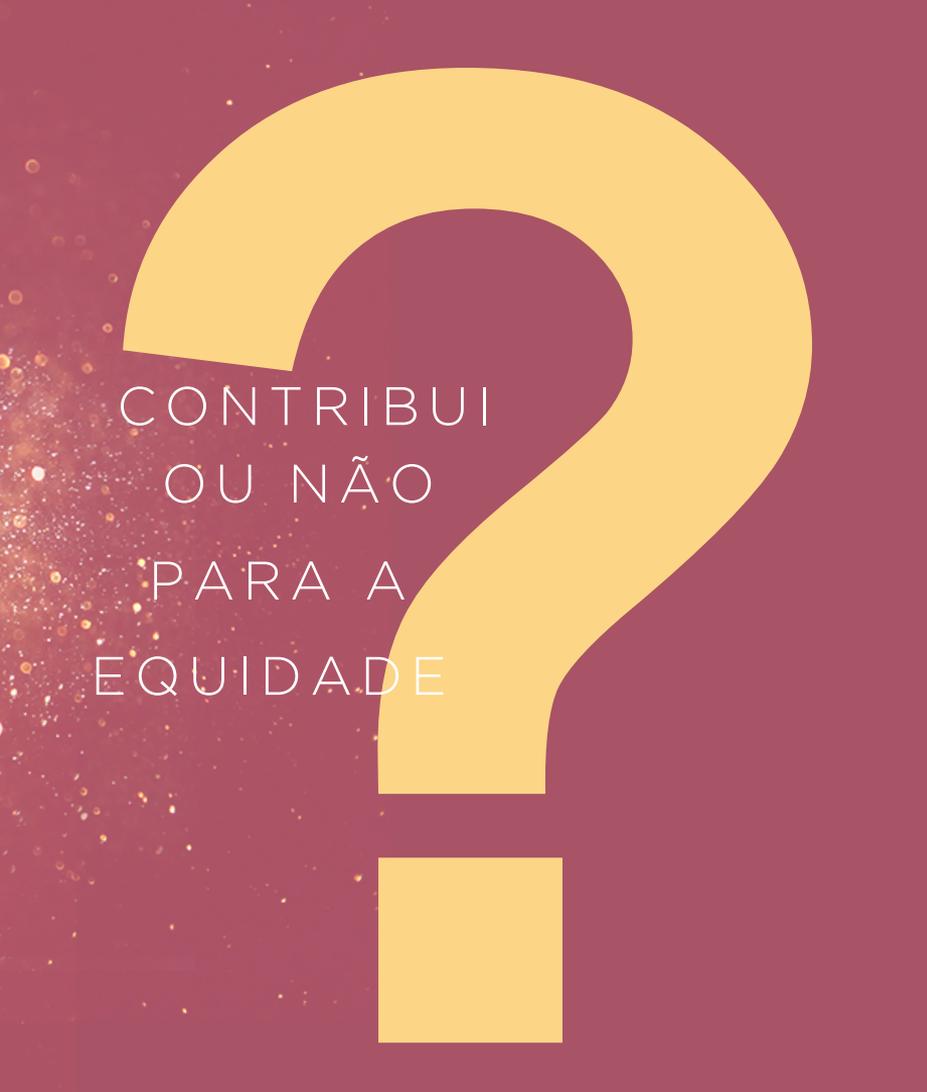
é a estimativa do
investimento em mídia
**que empodera ao quebrar
estereótipos de gênero.**

apenas

5,13%

**das 3.038 inserções
empoderam as mulheres.**

SO
MOS
PAR
TE
DO PRO
BLE
MA



CONTRIBUI
OU NÃO
PARA A
EQUIDADE

54%

não contribui

30%

indefinido

15%

contribui

Existe
um lugar-comum
na publicidade. Estamos
contando as mesmas
histórias.

LUGAR-COMUM

Não vemos além de papéis
limitados por gênero ou de
padrões de comportamento
e de beleza.

REALIDADE

Estamos limitando a nós
mesmos. A realidade é
muito mais diversa do que
o que retratamos.

DECISÃO

Nada vai mudar se as pessoas
não decidirem mudar. Todas e
todos precisam decidir pela
equidade no seu dia a dia.

É PARA TODXS

Todas as empresas tem a
possibilidade, a oportunidade
e a responsabilidade de
participar dessa mudança.

obrigadx!

heads.