

ABA CANNES INSIGHTS 2018

- BY GOAD

Lançamento do “Guia para
representação responsável de
gênero na publicidade” - WFA

Vanessa Vilar
Presidente do Comitê Jurídico

24 de julho de 2018







Guia para representação responsável de gênero na publicidade.

O caso de anúncios não estereotipados.



Um membro orgulhoso da
#UNSTEREOTYPE
ALLIANCE

- ✓ Consumidores ávidos por marcas com propósito.
- ✓ Publicidade pode reforçar valores positivos na sociedade.
- ✓ Relevância Global: 60 associações nacionais
- ✓ ABA e seu propósito de *“Mobilizar o marketing para transformar os negócios e a sociedade”*.

Histórico: preconceito de gênero e representação na publicidade



As mulheres não se identificam com o que veem em propagandas

- 30% acharam que o anúncio mostra como as mulheres são vistas por homens.
- Apenas 3% das mulheres foram retratadas como ambiciosas ou ocupando cargos de liderança.
- Apenas 0,03% das mulheres foram retratadas como engraçadas.
- Apenas 1% das mulheres foram retratadas como heroínas ou solucionadoras de problemas.

Por que isso importa?



1. Um caso social para mudança
2. Implicações políticas
3. Um caso empresarial para mudança

70% das decisões de compra de todas as marcas são feitas por mulheres.

75% das mulheres se identificam como principal compradora em suas casas.

64% de todos os gastos de consumidores são controlados por mulheres.

UMA INDÚSTRIA EM MOVIMENTO

UNSTEREOTYPE
ALLIANCE



Como “desestereotipar” os anúncios

- 1.** Encorajar diversidade em suas equipes
- 2.** Acompanhar o desempenho
- 3.** Encontrar seu propósito
- 4.** Pensar em longo prazo
- 5.** Ir além da publicidade



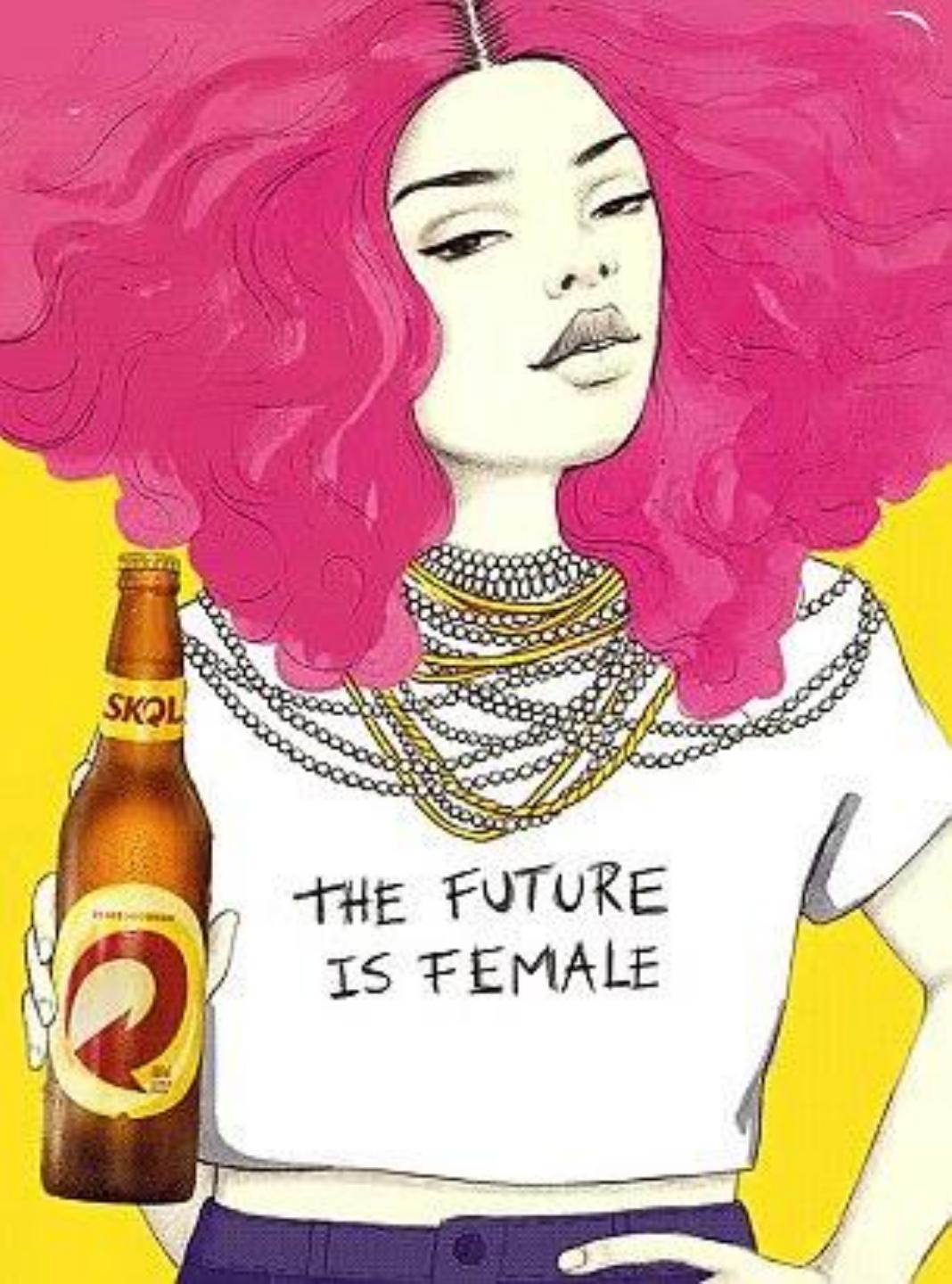
Gaëlle Enganamouit for “Made of Black”, Guinness Cameroon (Diageo), 2017





What does it mean
to do things
#LikeAGirl?

always





Obrigada!