

baixa representatividade na publicidade advém da posição minoritária entre os grupos étnicos e de gênero. Estereótipos, preconceitos e certa inércia dos meios e agências de comunicação desempenham relevante papel na construção das representações de raça e gênero na publicidade. Assim, a publicidade oficial tem grande capacidade de ajudar a alterar esse quadro de sub-representação de certos grupos.

Estudos acadêmicos revelam, por exemplo, que apesar de serem responsáveis por 80% das decisões de compra, as mulheres costumam ser representadas em anúncios em posição subalterna ou objetificada. Em 2014, no festival de publicidade de Cannes, houve uma iniciativa para discutir a sub-representação feminina e debater como uma indústria com igualdade de gênero é benéfica para todo o mercado - a iniciativa "*See it be it*". Do mesmo modo negros e indígenas, quando ocupam algum espaço, surgem a partir de estereótipos nem sempre favoráveis, para dizer o mínimo. Caso passem a ocupar nas campanhas oficiais papéis positivos como, por exemplo, representando médicos(as) em campanhas de vacinação, não só darão visibilidade a seus grupos étnicos ou de gênero, como também poderão lhes dar uma representação positiva que escape aos estereótipos.

É papel do Estado servir a todos os cidadãos, garantindo que as minorias sejam respeitadas e exerçam sua cidadania em plenitude. Tenho certeza que os nobres deputados que compõem esta Casa do Povo são sensíveis ao tema da diversidade e do respeito às minorias e apoiarão esta iniciativa.

Sala das Sessões, de de 2017.

Damião Feliciano

Deputado Federal - PDT/PB