TODXS O MAPA DA /10 - <http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2022/03/UA_TODXS10_Final-PORT.pdf>

REPRESENTATIVIDADE NA PUBLICIDADE BRASILEIRA

A pesquisa TODXS nasceu em 2015 com o objetivo de mapear como gênero e raça são representados pela publicidade brasileira, através de análise de comerciais de TV e posts de Facebook.

Nesta 10a onda, o estudo amplia a amostra através da inclusão de mais duas emissoras da TV aberta e abre novos capítulos com dados de representatividade dos públicos LGBTQIAP+, pessoas com deficiência, público maduro (60+), publicidade em canal infantil e um recorte de estereótipos masculinos no período de Dia dos Pais.

Desde a primeira onda, o estudo se converteu numa importante fonte de pesquisa de profissionais de comunicação, jornalistas, pesquisadores e estudantes, apontando as evoluções (e retrocessos) do conteúdo publicitário produzido pelo mercado brasileiro. SOBRE A PESQUISA TODXS APOIO: REALIZAÇÃO:

Hoje, é uma das principais ferramentas da Aliança Sem Estereótipos - capítulo brasileiro do Unstereotype Alliance -, uma coalizão global de marcas, empresas e entidades da indústria de marketing e propaganda para o enfrentamento de estereótipos na comunicação.

5.467 - INSERÇÕES DE TV

1.657 - POSTS NO FACEBOOK

569 - FILMES ÚNICOS

425 - ANUNCIANTES

35 - SEGMENTOS DE MERCADO ANALISADOS

05 - EMISSORAS: GLOBO, MEGAPIX, DISCOVERY KIDS, RECORD, SBT