

Festival faz debate sobre igualdade entre os gêneros

Um poderoso trio de mulheres - a respeitada publicitária Madonna Badger, Tina Brown, que comanda sua própria empresa de mídia, e Sheryl Sandberg, uma das principais executivas do Facebook - subiu ao palco do Cannes Lions - Festival Internacional de Criatividade para voltar a um tema que tem sido destaque no evento: a igualdade de oportunidades entre os gêneros. Elas destacaram que, apesar do aumento no debate sobre o assunto, os resultados práticos ainda custam a aparecer na realidade da economia.

[\(O Estado de S. Paulo, 24/06/2017 - acesse no site de origem\)](#)

Embora dentro de Cannes Lions a questão tenha evoluído - em cinco anos, a participação feminina nos júris mais do que dobrou, atingindo 43% em 2017 -, o debate ainda tem muito espaço a ganhar dentro das agências e empresas. As mulheres são só 27% dos diretores de criação, 13% dos diretores de marketing e ocupam só 9% das posições executivas da área comercial. Além disso, elas continuam a ganhar, em média, salários 20% mais baixos do que os dos homens.

Ao lado do vice-presidente global de marketing da Procter & Gamble, Mark Pritchard, Sandberg, Badger e Brown subiram ao palco para mostrar que os estereótipos em relação às mulheres precisam ser combatidos tanto nas campanhas publicitárias quanto no dia a dia.

Badger mostrou uma série de comerciais que tratam as mulheres como objeto e lembrou que a indústria da propaganda contribui para a criação de uma imagem feminina inatingível para a maioria das pessoas. "As crianças são o público mais exposto à publicidade. E, nos Estados Unidos, 80% das meninas de 11 anos dizem preferir ter câncer a serem gordas."

Para Tina Brown, que foi editora-chefe da Vanity Fair e hoje mantém uma companhia de mídia que leva seu nome, a imprensa também tem um papel no combate de estereótipos. Na Inglaterra, o tabloide Daily Mail publicou em sua capa uma reportagem sobre as pernas de Nicola Sturgeon e Theresa May

- respectivamente, primeiras-ministras da Escócia e da Inglaterra. “O mais impressionante é que esse artigo foi escrito por uma mulher”, disse Brown.

Já Sheryl Sandberg, vice-presidente de operações do Facebook, lembrou que as mulheres deixaram de ganhar espaço no mundo profissional - ao longo dos últimos dez anos, disse ela, a questão ficou estagnada. “Do total de presidentes das 500 maiores empresas da revista Forbes, nos Estados Unidos, apenas 5% são mulheres.”

Movimento. A Unilever lançou o movimento “Un-Stereotype” durante o Cannes Lions, angariando uma série de outras empresas - entre elas a sua principal concorrente, a P&G - ao redor do combate aos estereótipos de gênero. Segundo a vice-presidente executiva global de marketing da Unilever, a brasileira Aline Santos, trata-se de um trabalho de longo prazo da gigante global, com apoio do braço da ONU voltado às questões de gênero, a UN Women.

Fernando Scheller