PROJETO DE INDICAÇÃO Nº 619/17

Considerando que a marca de produtos de higiene Dove lançou uma campanha no Brasil, intitulada "Perfeita assim", de cada 10 meninas de cabelos cacheados, apenas 04 gostam dos seus cabelos e que "o melhor para mudar o que elas sentem pelos seus cachinhos é mostrando quanto você gosta do seu";

Considerando que a Dove também realizou a mesma campanha no Brasil, lançando um vídeo com a titulação da campanha "Perfeita assim" e que Lorrany fora uma das garotinhas de apenas 6 anos que aparece no vídeo e foi perguntado a menina se ela gostava do próprio cabelo e ela responde de pronto: "Não!". Já a Luana de 10 anos, ela diz que os cabelos das suas amigas são lisos, maravilhosos e que era daquele jeito que ela queria ter e não daquele jeito. Para Maria Eduarda de 06 anos, cabelo bonito para ela é cabelo liso. Sophia de 12 anos relata que se considera o "patinho feio", àquele que é diferente de todos e que ela se sente assim;

Considerando que para convencê-las de que seus cabelos cacheados são muito bonitos, a Dove chamou amigos e familiares das garotas para ajudarem nesta missão. Segundo a campanha de marketing da marca, a melhor maneira de mudar como se sentem a respeito de seus cachos é mostrar a elas como você mesmo se sente a respeito dos seus. As meninas foram surpreendidas com todos cantando numa só voz: "Você é linda com os seus cachos" e a reação de aceitação é notória neste vídeo e a mensagem central foi "Ame os seus cachos, você é linda assim, perfeita!". E o vídeo foi finalizado com a seguinte consideração: "Garotas rodeadas por gente que amam os seus cachinhos, tem 07 (sete) vezes mais chances de amar os seus";

Considerando o recente estudo de várias universidades brasileiras, a capital baiana tem a maior ancestralidade africana, a partir de estudos genéticos: 50,8% foi considerada a Cidade mais negra fora do continente africano;

Considerando que é necessária a auto aceitação e valorização da beleza negra de muitos soteropolitanos (as) que possuem seus lindos cachos e que o público alvo são crianças e adolescentes que na infância ainda é sabido que ocorre muito preconceito, inclusive, o preconceito consigo mesmo;

Considerando o resultado positivo evidenciado na reação imediata ilustrada no vídeo da campanha "Perfeita assim", de iniciativa privada da Dove tendo sido alcançado a auto aceitação, valorização e apreciação das garotas com os seus cabelos cacheados como segue imagem abaixo:



Considerando a extrema necessidade da aprovação desta Proposição Indicativa, pois este tema trata-se do incentivo às crianças e adolescentes a aceitação pessoal, autovalorização e apreciação da beleza dos seus cabelos cacheados oriundos da ancestralidade africana assim como combater o preconceito;

A CÂMARA MUNICIPAL DE SALVADOR

INDICA:

ao prefeito, um estudo de viabilidade para a realização de uma campanha psicossocial nos sítios eletrônicos e redes sociais da Secretaria Municipal de Políticas para as Mulheres, Infância e Juventude para as crianças e adolescentes soteropolitanas com o intuito de incentivar a aceitação pessoal, autovalorização e apreciação da beleza dos seus cabelos cacheados oriundos da ancestralidade africana neste Município, bem como combater o preconceito.

Sala das Sessões, 14 de julho de 2017.

ROGÉRIA SANTOS