

[Leilão de FRASA ate as 11:12:09 - oscilacao maxima permitida...](#)

[Leilão de PTPA4 ate as 11:34:29...](#)

[25.09-OFERTAS DISPONIVEIS NO BANCO DE TITULOS CBL-C-BTC-9-11.00...Pag.1...](#)

- [Estilo](#)
- [Videos](#)
- [Artigos](#)
- [Calendário](#)
- [Ferramentas](#)

[FERRAMENTAS](#) » [Conversor de moedas](#)

» [Gráfico de Análise Técnica](#)

» [Adicione Notícias a Seu Site ou Blog](#)

Compre Imóveis Baratos em Leilões!



Aprenda os Segredos e Lucre.

Saiba i

[Home](#) > [Notícias de Estilo](#) > Pesquisa revela que maioria não vê as mulheres da vida real na TV

[Tweeter](#) 73

Publicado em 24/09/2013 às 16:28 na categoria [Estilo](#) por Bianca Hayashi

## Pesquisa revela que maioria não vê as mulheres da vida real na TV

Mulheres nas propagandas são majoritariamente jovens, brancas, magras, loiras, de cabelos lisos e de classe alta.

[Curtir](#) [Enviar](#) [Érica Quintela, Renata Oliveira e outras 135.412 pessoas curtiram isso.](#)



[Pinit](#)

Mulheres nas propagandas são majoritariamente jovens, brancas, magras, loiras, de cabelos lisos e de classe alta.

A pesquisa Representações das [Mulheres](#) nas Propagandas na TV, realizada pelo Data Popular e pelo Instituto Patrícia Galvão, revelou que 56% dos entrevistados (entre mulheres e homens) consideram que as propagandas da televisão não mostram as brasileiras [reais](#).

Para mais da metade (65%), o padrão de beleza da TV está muito distante da realidade das brasileiras e 60% consideram que as mulheres se frustram quando não se enxergam nesse padrão. Na percepção dos pesquisados, as mulheres nas propagandas são majoritariamente jovens, brancas, magras, loiras, de cabelos lisos e de classe alta.

A maioria das pessoas entrevistadas afirmou desejar que a diversidade da população feminina brasileira esteja mais representada: 51% gostariam de ver mais negras e 64% gostariam de mais mulheres de classe popular nas propagandas.

Além disso, 80% considera que as propagandas na televisão mostram mais mulheres brancas e 83% veem as mulheres reais como sendo em sua maioria de classe popular. Sobre a cor do cabelo, 73% veem mais loiras do que morenas nos anúncios, mas a maioria (67%) gostariam de ver mais morenas.

A pesquisa também mostrou que 87% dos entrevistados veem mais mulheres magras na TV, mas 43% gostariam de ver mais mulheres gordas. A maioria (84%) também

concorda que o corpo da mulher é usado para promover a [venda](#) de produtos nas propagandas de TV e 58% avaliam que elas são representadas como objeto sexual e, por isso, defendem (70%) punição aos responsáveis que mostram as mulheres de modo ofensivo.

Segundo avaliação da diretora executiva do Instituto Patrícia Galvão, Jacira Melo, a pesquisa revela que a percepção dos entrevistados, mulheres e homens, é clara: a propaganda veicula modelos ultrapassados. "A irrealidade da representação da mulher é percebida pela absoluta maioria e há uma clara expectativa de mudança. Aqui se revela um paradoxo: se pensarmos a partir da lógica de mercado, pode-se dizer que anunciantes e publicitários, em razão de uma visão arcaica do lugar da mulher na [sociedade](#) e de um padrão antigo de beleza, não estão falando com potenciais consumidoras", aponta.

Para a realização da pesquisa, foram feitas 1.501 entrevistas com homens e mulheres maiores de 18 anos em 100 municípios de todas as regiões do país, entre os dias 10 e 18 de maio de 2013.

Temas relacionados: Estilo , propaganda, mulheres, propaganda, TV, Data Popular, Instituto Patrícia Galvão, Brasil, imagem, brasileiras



**Curso Como Comprar Imóvel nos EUA**  
> Invista em Você! Clique Aqui. **investeducar**

Você concorda ou discorda da notícia acima?  
Comente! Compartilhe sua opinião!

AGÊNCIA PATRÍCIA GALVÃO

Comentar...

Publicar no Facebook

Publicando como Ag Patrícia Galvão (Trocar) **Comentar**

Plug-in social do Facebook

Google™ Pesquisa Personalizada

Pesquisar ✕



**Curso Leilões de Imóveis**  
Desvendando os Segredos e Obtendo Lucros  
> Invista em Você! Clique Aqui. **investeducar**

+1 +328 Recor

Seguir

Mais Lidas

- [Hoje](#)
- [Em 7 dias](#)
- [Em 30 dias](#)
- [CLIMA DE NEGÓCIOS DA FRANÇA 97 EM SETEMBRO ANTE 98 EM AGOSTO \(PESQUISA REUTERS 99\)](#)
- [ÍNDICE DE CONFIANÇA DO CONSUMIDOR NA ALEMANHA 7,1 EM OUTUBRO ANTE 7,0 EM SETEMBRO \(PESQUISA REUTERS 7,0\)](#)
- [\\*\\*\\*\\*\\*BOM DIA\\*\\*\\*\\*\\*Indicadores Econômicos 25/09\\*\\*\\*\\*\\*](#)
- [IPC-Fipe acelera alta a 0,20% na 3ª quadrissemana de setembro](#)
- [Confiança do consumidor alemão atinge maior nível em 6 anos--GfK](#)

Receba as notícias do ÚltimoInstante GRATUITAMENTE em seu email