



# Blog do Miro

Uma trincheira na luta contra a ditadura midiática

domingo, 29 de setembro de 2013

## As mulheres e a publicidade na tevê



Por Altamiro Borges

O Instituto Patrícia Galvão e o Data Popular realizaram uma pesquisa inédita sobre como as mulheres se veem na publicidade exibida nas emissoras de tevê. Divulgada nesta semana, a sondagem comprova mais uma vez que a televisão brasileira não expressa a rica diversidade do país e padece de vários preconceitos. Conforme

realça o estudo, “o levantamento mostra o conflito entre o que os espectadores veem e o que gostariam de ver nas publicidades exibidas na televisão”. Vale conferir algumas revelações da pesquisa:

- 80% consideram que as propagandas na TV mostram mais mulheres brancas; e 51% gostariam de ver mais mulheres negras;
- 83% veem as mulheres reais como sendo em sua maioria de classe popular, mas 73% consideram que as propagandas na TV mostram mais mulheres de classe alta;
- 73% veem mais loiras do que morenas nas propagandas na TV, mas 67% gostariam de ver mais morenas;
- 83% veem mais mulheres com cabelos lisos nas propagandas na TV, mas maioria gostaria de ver mais mulheres com cabelos crespos e cacheados;
- 87% veem mais mulheres magras nas propagandas na TV; 43% gostariam de ver mais mulheres gordas;
- 78% veem mais mulheres jovens nas propagandas na TV, mas maioria gostaria de ver mais mulheres maduras;

A pesquisa revela ainda que 56% dos entrevistados, entre homens e mulheres, “consideram que as propagandas na TV não mostram as brasileiras reais”. Para 65% dos consultados, o padrão de beleza nos anúncios está distante da realidade e “60% consideram que as mulheres ficam frustradas quando não se veem neste padrão”. A maioria quer mais diversidade na televisão; “84% concordam que o corpo da mulher é usado para promover a venda de produtos”; e “58% avaliam que as propagandas mostram a mulher como objeto sexual”.

A pesquisa do Instituto Patrícia Galvão e do Data Popular reforça a campanha do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) de coleta de assinaturas para o projeto de lei de iniciativa popular por uma mídia democrática. Ela indica que a sociedade está descontente com o que é exibido nas concessões públicas de rádio e televisão. Um dado é bem emblemático: 70% dos entrevistados defendem a punição dos responsáveis por propagandas que mostram as mulheres de modo ofensivo.

Para Jacira Melo, diretora executiva do Instituto Patrícia Galvão, a pesquisa prova que a publicidade 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 as potenciais consumidoras”.

“Nós, mulheres negras, somos invisíveis para a mídia, que não enxerga que tomamos



Acompanhe o blog no twitter

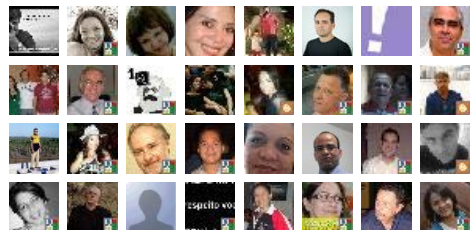


Leitores do blog

Participar deste site

Google Friend Connect

Membros (5308) [Mais »](#)



Já é um membro? [Fazer login](#)

Blog do Miro



1.463 pessoas curtiram isso. Seja o primeiro entre seus amigos.


banho, usamos xampu, comemos margarina, fazemos serviços domésticos, e, em particular, somos pessoas com poder aquisitivo... Existe um racismo manifesto com relação à nossa capacidade, às nossas qualidades e ao nosso poder de compra”, acrescenta Mara Vidal, vice-diretora executiva do instituto.

Para Renato Meirelles, diretor do Data Popular, este distanciamento da realidade resulta, inclusive, em perda econômica para as empresas a partir da lógica de lucro do capital. As mulheres movimentam hoje, no Brasil, um mercado consumidor de R\$ 1,1 trilhão por ano e determinam 85% do consumo das famílias. “Não estamos falando de um nicho consumidor, mas do principal mercado consumidor brasileiro. Então, há uma miopia do ponto de vista de oportunidades de negócios”, afirma.

\*\*\*\*\*

#### Leia também:

- Maioria quer democracia na mídia
- A mídia precisa de regulamentação
- Pesquisa da Perseu Abramo sobre mídia
- Pesquisa comprova: mídia demoniza o MST
- TV comercial perde credibilidade

Postado por Miro às 11:58 

  Recomende isto no Google

## O comentários:

[Postar um comentário](#)

## Links para esta postagem

[Criar um link](#)

[Postagem mais recente](#)

[Início](#)

[Postagem mais antiga](#)

Assinar: [Postar comentários \(Atom\)](#)



### Marcadores

[Mídia \(1\)](#)

[América Latina e Caribe \(810\)](#)

[Campo \(166\)](#)

[Cultura \(102\)](#)

[Economia \(536\)](#)

[Homenagem \(1\)](#)

[Império \(359\)](#)

[Livros \(45\)](#)

[Movimentos sociais \(361\)](#)

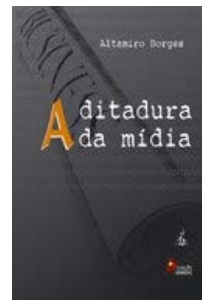
[Mundo \(574\)](#)

[Mídia \(3896\)](#)

[Política \(3214\)](#)

[Sindicalismo \(431\)](#)

### Versão eletrônica dos livros



[Sindicalismo, resistência e alternativas](#)

[Publish at Calaméo or browse others.](#)

[Encruzilhadas do sindicalismo](#)

[Publish at Calaméo or browse others.](#)

[Venezuela: originalidade e ousadia](#)