

A REPRESENTAÇÃO DA MULHER PERFEITA: UMA ANÁLISE DA REPRESENTAÇÃO FEMININA DIANTE DA FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA

Jéssica Fraga

Resumo: A representação do corpo feminino tem sido um tema bem comentado nos últimos anos e visando trabalhar o cenário atual de aceitação faz parte da reflexão proposta por este trabalho. A importância de estudar esse cenário leva em conta a aceitação do corpo feminino. A autoestima hoje, é uma expressão polemica onde a maioria das mulheres não percebem tudo que conseguem ser. A fotografia tem um papel importante neste momento, as pessoas e principalmente as mulheres, não percebem o quão lindas elas são e poderosas podem ser, cabe ao fotografo despertar o seu olhar e conduzir as mulheres da melhor forma para um excelente ensaio. As mulheres vêm conquistando espaço cada vez mais na sociedade e se aceitando, juntamente com o movimento corpo livre estão se apoiando e quebrando padrões de beleza pregados pela sociedade. Diante do resultado obtido, sugere-se que pesquisadores se interessem em usar a fotografia, a fim de promover a autoestima feminina, e buscar dados quantitativos e pesquisa bibliográfica visando encontrar fontes em materiais necessários para a finalização dessa análise.

Palavras-Chave: Aceitação; *Body positive*; Autoestima; Olhar fotográfico.

Abstract: The representation of the female body has been a well-discussed topic in recent years and aiming to work with the current scenario of acceptance is part of the reflection proposed by this work. The importance of studying this scenario takes into account the acceptance of the female body. Self-esteem today is a controversial expression where most women do not realize everything they can be. Photography has an important role at this time, people and especially women, do not realize how beautiful they are and how powerful they can be, it is up to the photographer to awaken his gaze and lead women in the best way for an excellent shoot. Women are increasingly conquering space in society and accepting themselves, together with the free body movement, are supporting each other and breaking standards of beauty preached by society. In view of the result obtained, it is suggested that researchers are interested in using photography in order to promote female self-esteem, and to seek quantitative and bibliographic research aiming to find sources in materials necessary for the completion of this analysis.

Keywords: Acceptanc; Body positive; Self-esteem; Photographic look.

INTRODUÇÃO

Visando trabalhar com o cenário atual de aceitação, o trabalho envolverá dados representativos referente a aceitação do corpo feminino, a mulher perfeita perante a sociedade. Buscando através dos comerciais publicitários de cerveja a comparação das propagandas e a inclusão e aceitação de si.

A importância de estudar esse cenário leva em conta a aceitação do corpo feminino. Cada vez mais as mulheres vêm se aceitando e juntamente com o movimento corpo livre estão se apoiando. Grande desafio esse para as marcas que automaticamente optaram em se adaptar para esse novo caminho.

Trazendo como objetivo a análise da evolução da representatividade do corpo feminino pela fotografia. Cujo o específico é analisar a evolução da representatividade do corpo feminino pela fotografia no marketing e os impactos na sociedade; determinar como a fotografia influencia o comportamento das mulheres; analisar o movimento de aceitação do corpo livre através do marketing; debater a visão do fotógrafo;

Através de questionários online, foram coletados dados referentes a representação da mulher perfeita, na pesquisa quantitativa através de opiniões e informações de diversas pessoas, a análise acontecerá em cima da representação feminina diante da fotografia publicitária.

Utilizando materiais já publicados e trazendo uma gama de acontecimentos amplos, a pesquisa bibliográfica visa encontrar fontes em materiais necessários para a finalização dessa análise.

Os resultados foram obtidos através de eu Jéssica Fraga juntamente com o orientador Rodrigo Aparecido Schlindwein que serão apresentados no capítulo seguinte.

ACEITAÇÃO DO CORPO FEMININO E MOVIMENTO CORPO LIVRE

De acordo com Vianna (2019), o movimento *body positive*, que nada mais é do que a ideia de ser positivo em relação ao seu corpo vem sendo um tema muito falado. Deixar de lado o que a sociedade prega em padrão de beleza e ficar de bem consigo. O padrão hoje é ser diferente, porém é um tema ainda polêmico.

A tradução de *body positive* significa corpo positivo, que perante ao movimento nada mais é do que um olhar sincero e amoroso com o seu corpo do jeito que ele é. Gordo, magro, com estrias, sem estrias, com ou sem celulite, com seios, poucos seios, enfim, a ideia principal é a de que todos os corpos são bonitos acima de qualquer coisa. (VIANNA, 2019)

O processo de aceitação do próprio corpo não é um trabalho fácil e nem rápido, e com isso grupos de mulheres após a revolução do sutiã, tiveram mais coragem de lutar para serem o que elas realmente querem ser, é sobre se aceitar, em primeiro lugar, e passar a enxergar beleza naquilo você nunca gostou ou achou que era necessário mudar. (REDAÇÃO, 2016)

De acordo com Prado (2016), podemos utilizar como exemplo os comerciais de propagandas de Cerveja, onde mostram o corpo das mulheres de forma desagradável e fazendo comparações, um outro exemplo é a devassa negra que diz que só se conhece a negra pelo o corpo. Essa campanha levou processo e foi retirada do ar através do CONAR. Além de expor o corpo da mulher, onde antigamente era considerada apenas dona de casa, esses comerciais mostravam mulheres magras, altas e siliconadas, trazendo um desconforto ainda maior para outras mulheres.

Para quem você vive? Para quem você se veste? Para quem você faz as unhas? Para quem você pinta o cabelo? Para quem você faz cirurgia plástica? Para quem você muda? É para você? É uma vontade que vem, genuinamente, da sua essência? Já consegue responder se o que você faz ou muda na sua aparência, no seu comportamento e no seu imaginário de vida é para algo, alguém ou uma situação específica? (GURGEL, 2018, p. 84)

A escritora e jornalista Alexandra Gurgel tem sido uma das influenciadoras mais impactantes para as mulheres, a partir de sua experiência pessoal em seu livro ela, mostra como amar o próprio corpo é um ato mais revolucionários.

RESULTADOS

Com o intuito de analisar o comportamento da pessoa fotografada, à forma de abordagem pode-se identificar como quantitativa, pois envolve coleta de dados trazendo números, opiniões e informações para classificá-los e analisá-los. Partindo da classificação dos dados, a pesquisa quantitativa possui algumas técnicas. (KNECHTEL, 2014, p. 95)

A pesquisa foi aplicada através da ferramenta do Google formulários, realizada com o total de 20 pessoas, sendo 90% mulheres.

Pesquisa realizada com 20 pessoas	
IDADE	PORCENTAGEM
19 a 25 anos	80%
25 a 30 anos	10%
Mais de 30 anos	10%

Tabela 1: Faixa etária dos entrevistados
 Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Foi questionado para os entrevistados “com que frequência costumam fazer fotos suas?” 50% dos entrevistados responderam que raramente fazem fotos 30% quase sempre 10 % sempre e 10% nunca. Levando em consideração desses dados ao realizar fotos, você prefere fotos de autorretrato ou gosta de ser fotografado, nessa questão 60% optou por autorretrato e 40% ser fotografado.

Desta forma, podemos perceber que os entrevistados não se sentem confortáveis com fotografia, também foi questionado se publicam suas fotos em alguma rede social, 60% dos entrevistados responderam quase sempre, 30% sempre e 10% nunca.

Além disso, foi questionado para essas pessoas se ao realizar fotos, elas se produzem e se preparam para isso, 50% respondeu que sempre, 40% quase sempre e 10% nunca se produz. Seguindo nesse quesito foi abordado a seguinte questão: “Antes de postar suas fotos em algum lugar, você procura pedir opiniões a respeito da mesma?”

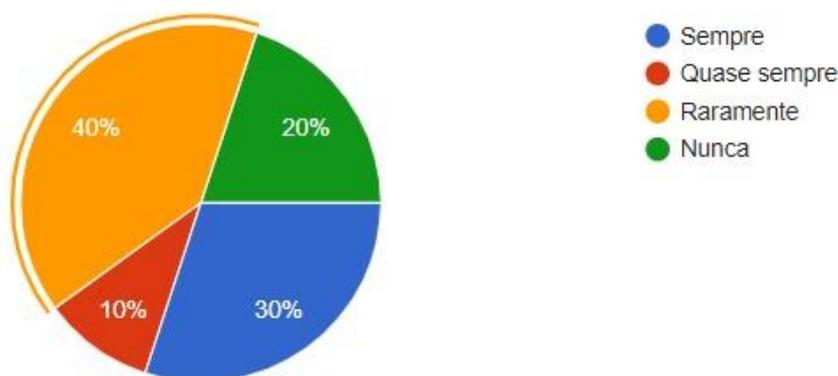


Figura 1: Dados de pessoas que pedem opiniões antes de postar suas fotos.
 Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Consegue se perceber pouca diferença entre sempre e raramente, ou seja, mostra uma certa insegurança entre os entrevistados perante a essa situação de opinião. Seguindo o questionário foi abordado se a pessoa deixaria de viver o que a sociedade prega, para se aceitar e viver o movimento corpo livre, 60% dos entrevistados

responderam que sempre, 20% talvez e 20% nunca deixaria. 100% dos entrevistados responderam que bem-estar para eles é estar de bem consigo.

Uma outra questão abordada foi, “qual a maior dificuldade, quando se fala de aceitação?”.

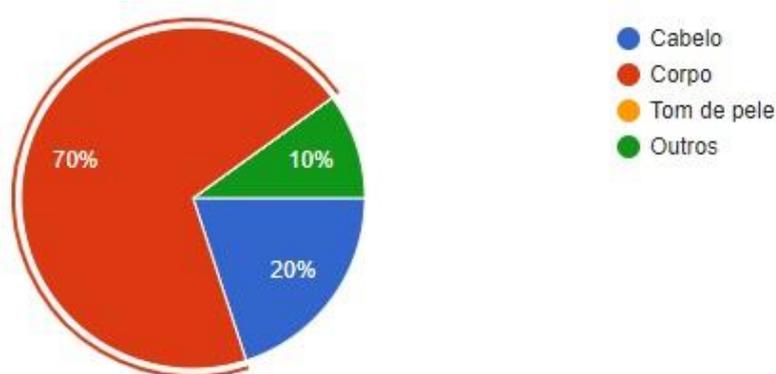


Figura 2: Dados de pessoas com dificuldades em aceitação.
Fonte: Elaborado pelo autor (2020)

Nota-se que 70% dos entrevistados se incomodam com o corpo, e segundo Gurgel (2018) amar o próprio corpo é, de fato, um dos atos mais revolucionários deste século.

Alexandra Gurgel tem sido uma das vozes mais atuantes do movimento *body positive* no Brasil, e vindo desse quesito foi perguntado aos entrevistados se o movimento corpo livre (body positive) ajuda mulheres a se aceitarem como são, e 70% responderam que sim, 30% talvez.

Finalizando a pesquisa, foi perguntado se a fotografia pode mudar a auto estima de qualquer mulher e se a pessoa faria um ensaio fotográfico realçando sua maior beleza, os resultados foram 70% sempre, 20% raramente e 10% quase sempre.

De acordo com Moura (2019), o corpo feminino vem sido representado através da arte ou da mídia, revelando-se enquanto um aspecto capaz de orientar como uma sociedade.

Dessa forma podemos concluir que ainda existe uma boa parte das mulheres que não se aceitam como são, a fotografia pode sim levantar a autoestima da mulher, porém, não é um ato fácil, cabe ao olhar do fotografo elevar ainda mais a autoestima da mulher no seu clique final e deixar ela confortável no momento do ensaio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O movimento corpo livre vem sendo um dos assuntos mais polêmicos quando se fala de aceitação. A importância de se aceitar perante a sociedade não é um ato fácil, porém, podemos perceber através da pesquisa qualitativa que 40% das mulheres conseguem se sentirem bem com seu corpo, mais ainda há uma parcela grande de mulheres que sentem dificuldades com isso.

A importância de estudar esse cenário leva em conta a aceitação do corpo feminino e a autoestima. Nas redes sociais, foi observado que algumas mulheres se inspiram em influenciadoras, e acabam se aceitando cada vez mais, Alexandra Gurgel jornalista e escritora do livro “Para de se odiar” foi uma das fundadoras do Movimento corpo livre, e milhares de pessoas se inspiram nela por conta de estar ainda mais quebrando os padrões previstos pela sociedade.

O fato de se aceitar da forma que é, ainda traz impacto para algumas pessoas, porém com a ajuda deste movimento aos poucos a sociedade está ganhando um novo padrão de beleza, pois afinal “bonito é ser de verdade”. Quebrando padrões de beleza, muitas marcas optaram em se reinventar e trabalhar com todos os perfis corporais, o resultado desse novo nicho está dando super certo para as marcas e para as pessoas que muitas vezes não conseguiam usar determinado tipo de roupa.

Também foi possível perceber, que a fotografia ao contrário do que muitas pessoas pensam, pode elevar a autoestima de mulheres e fazer com elas percebam que sim, elas são lindas poderosas e podem ser o que querem e inclusive, fotografadas.

Referências Bibliográficas

VIANNA, Beatriz (2019) **Afinal de contas, você sabe o que é body positive?** Disponível em: <<https://www.purebreak.com.br/noticias/entenda-o-que-e-o-movimento-body-positive/89458>> Acesso em: 18 de novembro de 2020

MARTINS, Mafalda Sobral (2016) **A Representação do Corpo Feminino na Publicidade.** Disponível em: <<https://estudogeral.uc.pt/handle/10316/30315>> Acesso em: 18 de novembro de 2020

JUNIOR, Lenes Donizeti Moreira (2018) **Corpos que falam: A representação Feminina no jornalismo de moda.** Disponível em:

<https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=xJx_DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA91&dq=Analisar+a+evolu%C3%A7%C3%A3o+da+representatividade+do+corpo+feminino+pela+fotografia&ots=8sfYM2ZWP h&sig=hzQrMi6WQLjGaBm91uJV6YmX5k8#v=onepage&q&f=false> Acesso em: 18 de novembro de 2020

SILVA, Fernanda Karoline Bonfim (2019) **Fotografia, corpo e autoestima feminina.** Disponível em: <file:///C:/Users/Usuario/Desktop/document5e273ac294299.pdf> Acesso em: 18 de novembro de 2020

MOURA, Naiara (2019) **O corpo feminino na mídia: Um olhar sobre a revista boa forma e as influenciadoras digitais do Instagram.** Disponível em: <https://www.ufrb.edu.br/ppgcom/images/NAIARA_PINTO_dissertac_a_o_versa_o_i mpress%C3%A3o.pdf> Acesso em: 18 de novembro de 2020

DO UOL, em São Paulo (2017) **Pepsi, Devassa e Riachuelo já foram acusadas de racismo, como Dove; lembre.** Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/listas/propagandas-acusadas-de-racismo.htm>> Acesso em: 18 de novembro de 2020

PRADO, Victor (2016) **10 propagandas publicitárias Brasileiras mais polêmicas de todos os tempos.** Disponível em: <<https://www.fatosdesconhecidos.com.br/10-propagandas-publicitarias-brasileiras-mais-polemicas-de-todos-os-tempos/>> Acesso em: 18 de novembro de 2020

GURGEL, Alexandra (2018) **Pare de se odiar: Porque amar o próprio corpo é um ato revolucionário**