

# Pesquisa Representações das mulheres nas propagandas na TV (2013)

**(Agência Patrícia Galvão, 23/09/2013)** Levantamento inédito mostra o conflito entre o que os espectadores veem e o que gostariam de ver nas publicidades exibidas na televisão

Realizada pelo Data Popular e Instituto Patrícia Galvão, a pesquisa [Representações das mulheres nas propagandas na TV](#) revela que 56% dos entrevistados, homens e mulheres, consideram que as propagandas na TV não mostram as brasileiras reais.

Para 65% o padrão de beleza nas propagandas está muito distante da realidade das brasileiras e 60% consideram que as mulheres ficam frustradas quando não se veem neste padrão. Na percepção da sociedade, as mulheres nas propagandas são majoritariamente jovens, brancas, magras e loiras, têm cabelos lisos e são de classe alta.

Por outro lado, a maior parte dos entrevistados deseja que a diversidade da população feminina brasileira esteja mais representada: 51% gostariam de ver mais mulheres negras e 64% gostariam de mais mulheres de classe popular nas propagandas.

**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/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 Data Popular/Instituto Patrícia Galvão revela ainda que 84% concordam que o corpo da mulher é usado para promover a venda de produtos nas propagandas na TV; e 58% avaliam que as propagandas mostram a mulher como objeto sexual.

Além disso, 70% defendem punição aos responsáveis por propagandas que mostram as mulheres de modo ofensivo.

**Especialistas veem demanda por propagandas mais atualizadas**

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 irrerealidade 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.

“Nós, mulheres negras, somos invisíveis para a mídia, que não enxerga que tomamos banho, usamos xampu, comemos margarina, fazemos serviços domésticos, e, em particular, somos pessoas com poder aquisitivo”, exemplifica Mara Vidal, vice-diretora executiva do Instituto Patrícia Galvão. Para ela, existe aí “um racismo manifesto com relação à nossa capacidade, às nossas qualidades e ao nosso poder de compra”, pontua.

Para o diretor do Instituto Data Popular, Renato Meirelles, o principal mérito da pesquisa é mostrar como as empresas perdem dinheiro com a representação distante da realidade, uma vez que as mulheres movimentam hoje, no Brasil, um mercado consumidor de R\$ 1,1 trilhão por ano e determinam 85% do consumo das famílias, segundo dados do próprio instituto. “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”, considera.

### **Sobre a pesquisa**

Para a pesquisa Representações das mulheres nas propagandas na TV, encomendada ao Data Popular pelo Instituto Patrícia Galvão, foram realizadas 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 deste ano.

Acesse a pesquisa na íntegra: [\*Representações das mulheres nas propagandas na TV\*](#)

### **>> FONTES DE INFORMAÇÃO:**

**Renato Meirelles** – diretor do Instituto Data Popular. Ascom Data Popular: (11) 3218.2231 / cel.: (11) 9723.6471 / email: [datapopular@datapopular.com.br](mailto:datapopular@datapopular.com.br)  
[Leia entrevista na íntegra](#)

**Jacira Melo** – diretora executiva do Instituto Patrícia Galvão. Tel.: (11) 3262.2452 / 3266.5434 / email: [jaciramel@uol.com.br](mailto:jaciramel@uol.com.br)  
[Leia entrevista na íntegra](#)

**Mara Vidal** – vice-diretora executiva do Instituto Patrícia Galvão. Tel.: (11) 3262.2452 / 3266.5434 / email: [mara.vidal@gmail.com](mailto:mara.vidal@gmail.com)  
[Leia entrevista na íntegra](#)