

PROPAGANDAS E PADRÕES DE BELEZA: UMA ANÁLISE REFLEXIVA

Bianca Veroneze (IFSP São Carlos)
veroneze.bianca@aluno.ifsp.edu.br

Arthur Gagliardi Azorli (IFSP São Carlos)
arthur.azorli@aluno.ifsp.edu.br

Fábio Ricardo Mizuno Lemos (IFSP São Carlos)
fabio.lemos@ifsp.edu.br

Resumo:

O presente texto relata a experiência ocorrida no componente curricular Educação Física do Instituto Federal de São Paulo (IFSP), Campus São Carlos. A atividade proposta estava relacionada ao tema “Corpo e Mídia” e consistiu na análise de propagandas veiculadas em meios de comunicação, buscando identificar relações com a construção de padrões estético-corporais associados à beleza. No mês de setembro de 2023, uma turma de 2º ano de um Curso Técnico Integrado ao Ensino Médio, dividida em 13 grupos, selecionou e apresentou quatro propagandas, duas mais antigas e duas mais recentes, realizando reflexões sobre os padrões estéticos de cada uma delas.

Palavras-chave: Beleza; Padrões; Meios de Comunicação.

1. Introdução

De acordo com a professora Denise Bernuzzi de Sant’Anna, a beleza é um pretexto para perceber a construção da subjetividade no período contemporâneo no Brasil (HISTÓRIA, 2015). No livro “A História da Beleza no Brasil”, ela explora o tema da história do corpo, analisando, entre outros materiais, propagandas ao longo do tempo, a fim de compreender as mudanças da sensibilidade das pessoas em relação à beleza.

Nas palavras da professora Denise Bernuzzi de Sant’Anna:

[...] a beleza não é um tema supérfluo. Ou seja, ela fala do supérfluo, ela é recheada de clichês, ela está completamente no senso comum, mas o grande desafio para o historiador [...] é justamente trabalhar com esses temas que estão totalmente no clichê, no senso comum, que parece que não tem história. [...] No entanto, através da beleza você encontra não só todo o mercado industrial hoje, como é que ele funciona, como a economia funciona, mas a gente encontra, inclusive, como é que as pessoas conseguem se relacionar umas com as outras. Faz uma história social a partir desse tema. [...] a história do Brasil passa por esse tema aparentemente tão cosmético (HISTÓRIA, 2015, n.p.).

Nessa perspectiva, foi proposta a realização de um trabalho em grupo no componente curricular Educação Física com a temática Corpo e Mídia, envolvendo a análise de propagandas.

2. Objetivo

A atividade proposta teve como objetivo analisar propagandas veiculadas em meios de comunicação, buscando identificar relações com a construção de padrões estético-corporais associados à beleza.

3. Etapas de construção

No mês de setembro de 2023, uma turma de 2º ano de um Curso Técnico Integrado ao Ensino Médio do Instituto Federal de São Paulo (IFSP), Campus São Carlos, foi dividida em 13 grupos (12 grupos com três pessoas e 1 com duas). Cada grupo ficou responsável por selecionar e apresentar duas propagandas que foram veiculadas há mais de 15 anos, além de mais duas propagandas veiculadas mais recentemente. A apresentação incluiu as reflexões e considerações feitas pelo grupo.

Ao analisar as propagandas mais antigas que foram expostas pelos grupos, notamos uma estratégia amplamente empregada pela indústria midiática, que consistia na objetificação e hipersexualização do corpo feminino (COSTA, 2018).

Essa estratégia, que era característica do sistema consumista da época, destacava um indivíduo idealizado, frequentemente retratado como tendo um corpo que correspondia aos padrões estéticos daquele período. Isso criava uma pressão social sobre os consumidores, incentivando-os a buscar ou manter esses padrões e a adquirir produtos de empresas específicas (MAIA, 2010).

Um exemplo disso foi a atriz e modelo Marilyn Monroe, cuja imagem foi tão intensamente veiculada na mídia que chegou a influenciar até mesmo a *Pop Art*. No entanto, mesmo sendo uma *Sex Symbol* e o próprio padrão de beleza de sua época, não apresentava uma aparência inteiramente natural. Ao compará-la em seu auge e antes da fama, percebemos grandes transformações, como a mudança de seus cabelos de castanhos para um loiro claro (MAIA, 2010).

Segundo Costa (2018, p. 1):

[...] precisamos ficar atentas para perceber que a objetificação do corpo feminino está em nossa cultura cotidianamente e enraizada em todos os meios sociais e, sem refletir sobre os aspectos que alimentam a cultura machista, corremos o risco de reproduzir padrões estabelecidos pelo gênero masculino, onde o corpo feminino torna-se um mero objeto de desejo e consumo, desconsiderando o potencial intelectual e psicológico das mulheres.

Nas propagandas mais recentes apresentadas pelos grupos, observamos empresas adotando abordagens mais inclusivas. Essa mudança reflete uma crescente sensibilidade à diversidade, impulsionada pela demanda crescente de um público consumidor mais consciente.

4. Considerações

As discussões levadas para a sala de aula mostraram uma mudança no enfoque de algumas propagandas, apontando melhorias ao comparar as mais antigas com as mais recentes. Entretanto, ainda há um longo caminho a percorrer para que a mídia represente verdadeiramente a diversidade da sociedade. Essa análise instigou reflexões sobre a influência da mídia na formação dos padrões estéticos e pode servir de inspiração para a realização de outras ações relacionadas à temática “Corpo e Mídia”.

5. Referências

COSTA, A. K. S. Hipersexualização frente ao empoderamento: a objetificação do corpo feminino evidenciada. *In: SEMINÁRIO CORPO, GÊNERO E SEXUALIDADE*, 7., 2018, Rio Grande. **Anais** [...]. Rio Grande: FURG, 2018. p. 1-8. Disponível em: <https://7seminario.furg.br/images/arquivo/338.pdf>. Acesso em: 11 out. 2023.

HISTÓRIA da beleza no Brasil - Denise Bernuzzi de Sant'anna. Livros 113, 28 maio 2015. 1 vídeo (27 min. e 47 s.). Publicado pelo canal UNIVESP: <https://www.youtube.com/watch?v=jYzmkzzR68>. Acesso em: 11 out. 2023.

MAIA, L. M. C. L. **Idolatria e indústria cultural**: a apropriação do mito Marilyn Monroe pela publicidade contemporânea. 2010. 62 f. Monografia (Bacharelado em Publicidade e Propaganda) – Faculdade 7 de Setembro, Fortaleza, 2010. Disponível em: <https://www.uni7.edu.br/recursos/imagens/File/publicidade/monografia/2010/La-dinne.pdf>. Acesso em: 13 out. 2023.