

“Mulheres reais revelam as suas curvas reais”

Seis corajosas mulheres que se atreveram a revelá-las, partilham a sua mensagem: Mantenha-se firme e celebre as suas curvas! As mulheres concordam convictamente que "os meios de comunicação social e a publicidade definem um padrão irrealista de beleza que a maioria das mulheres nunca irá alcançar." Mais de dois terços das mulheres em todo mundo expressaram este ponto de vista num estudo mundial recente. Infelizmente, o impacto é de apenas 13% das mulheres que estão muito satisfeitas com o seu peso e forma corporal, apenas 2% das mulheres em todo mundo se consideram bonitas e mais de metade das mulheres afirma que os seus corpos as repugnam.

Influenciada por estas constatações, a Dove, a marca de beleza global, está neste momento a lançar uma nova campanha de publicidade nacional protagonizada por mulheres reais com corpos e curvas reais. A campanha tem como objetivo fazer com que as mulheres se sintam bonitas todos os dias - celebrando a diversidade e as mulheres reais ao desafiar a visão estereotipada atual em termos de beleza. Seis mulheres corajosas - duas estudantes, uma professora, uma manicura, uma assistente administrativa e uma barista atreveram-se a despir, enfrentando o mundo com nada mais do que a sua roupa interior e uma boa dose de atitude audaciosa. As suas imagens não foram de forma alguma alteradas ou retocadas. A sua mensagem: Mantenha-se firme e celebre as suas curvas!



Enfrentar o tópico da imagem corporal é o próximo passo progressivo na Campanha Global pela Beleza Real Dove, o esforço da marca em provocar a discussão e encorajar o debate acerca da natureza da beleza. A Dove mantém a expectativa de mudar a forma de interpretação corporal e da beleza das mulheres, ampliando a definição do que é necessário para ser bonita. A marca está a utilizar imagens de mulheres reais com corpos reais e curvas reais para alcançar este objetivo. (...)

"A beleza é visual, mas na maioria das imagens dos meios de comunicação social, é sempre o mesmo visual - características que saltam à vista e corpos deslumbrantes de alguns ícones de beleza selecionados meticulosamente," afirma Nancy Etcoff, professora na Universidade de Harvard e diretora do Programa de Estética e Bem-estar no Departamento de Psiquiatria do Hospital Geral de Massachusetts. "Quando apenas uma pequena parte das mulheres estão satisfeitas com o seu peso e forma, numa sociedade cativada pelas dietas e pelos programas de tratamentos de beleza, então é tempo de mudar".

"Ao questionar a definição já existente de beleza, esperamos ajudar as mulheres a mudar a forma como interpretam os seus corpos e encorajá-las a sentirem-se bonitas todos os dias" afirma Silvia Lagnado, Vice-presidente Sénior, Dove. As imagens foram

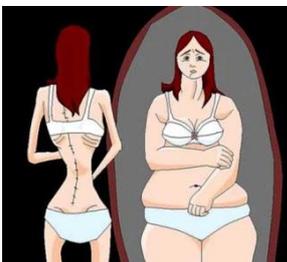
captadas por um dos mais conceituados fotógrafos da indústria da beleza, Rankin. Serão exibidas em locais de extrema visibilidade, incluindo muitas das publicações de interesse geral feminino, com a finalidade de inspirar as mulheres a pensarem sobre o verdadeiro significado da beleza.

(23 de junho de 2005)

http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=GuAiJblrRoc

INTERPRETAÇÃO DO TEXTO

- 1.- Tendo em conta o texto, refere se são verdadeiras ou falsas as seguintes afirmações:
 - a) Os meios de comunicação social e a publicidade ajudam a definir um padrão realista de beleza; **Falso**
 - b) O desafio da Dove com esta publicidade é deitar abaixo a visão estereotipada da beleza feminina; **Verdadeiro**
 - c) A mulher está aprisionada pelas dietas e pelos tratamentos de beleza. **Verdadeiro**
- 2.- Indica a finalidade desta campanha publicitária.
A campanha da Dove tem como objetivo fazer com que as mulheres se sintam bonitas todos os dias.
- 3.- Qual foi a estratégia utilizada pela marca para atingir o seu objetivo?
Fotografar mulheres normais e reais a mostrar os seus corpos sem pré-conceitos, com curvas e gorduras. Não utilizar modelos de mulheres perfeitas fisicamente nas imagens.
- 4.- Repara na frase do texto: *“A beleza é visual, mas na maioria das imagens dos meios de comunicação social, e sempre o mesmo visual”*. Qual é a repercussão do conceito de beleza a nível social na formação das pessoas?
- 5.- Certamente conheces os problemas da anorexia e da bulimia em raparigas muito novas. Consideras que a publicidade contribui, de alguma forma, para o aparecimento destas doenças? De que forma?



6.- Associa cada palavra ao significado que adquire no texto que leste:

convictamente	Verificação, comprovação
constatações	Dominada, prendida
estereotipada	Fixa, inalterável
tópico	Pessoa, facto ou coisa capazes de evocar e representar determinado movimento, período, atividade, etc.
ícones	De forma convencida
cativada	Relativo ao assunto de que se trata, lugar-comum

www.infopédia.pt

7.- Encontra o intruso:

Beleza, beldade, **disforme**, perfeição.

Satisfeito, **lúgubre**, contente, alegre.

Inspirar, **detestar**, suscitar.

Observa esta imagem.



Dove aposta que tem muita gordinha sexy por aí. Você concorda?

sim

não

8.- Consideras que esta imagem pode ser considerada um anúncio publicitário?

9.- O que é a beleza para ti?

“Beleza sem bondade não vale metade”