

**MULHER NA MÍDIA:
Uma análise sobre a representação do corpo feminino nos videoclipes da Luísa
Sonza¹**

Bruna de Souza Flores²
Paula Regina Puhl³
PUCRS, Porto Alegre, RS.

RESUMO

Esta pesquisa⁴ busca discutir os padrões de beleza e a representação do corpo feminino em videoclipes musicais, tendo como problema de pesquisa a análise dessa representação nos videoclipes e letras da cantora Luísa Sonza. O objetivo é compreender a relação entre essas representações e o empoderamento feminino na sociedade contemporânea, através da análise de conteúdo. Autores como Wolf (2020), Lipovetsky (2000), Castro (2007), Moreno (2013), Sant'Anna (2013) foram referenciados na parte teórica. O resultado obtido foi a percepção de uma representação feminina ainda muito objetificada e erotizada e que apesar de uma prática criticada é aceita se for para comercialização.

PALAVRAS-CHAVE

Representação feminina; mídia; objetificação; videoclipe; Luísa Sonza.

CORPO DO TEXTO

1 INTRODUÇÃO

A mídia desempenha um papel de grande importância na formação de padrões de beleza e comportamento em nossa sociedade, relacionado, principalmente às mulheres. A repetição constante de narrativas que objetificam e reduzem as mulheres a estereótipos exerce um impacto significativo perpetuando desigualdades de gênero em diversos aspectos de nossa cultura.

Para este estudo foi escolhida a artista Luísa Sonza, abrangendo diferentes fases da sua carreira, desde 2019 até 2023. Sendo analisados os videoclipes mais assistidos de cada um dos três álbuns lançados pela cantora até o momento da elaboração deste trabalho. Os álbuns e videoclipes em questão são: Pandora (2019), com o clipe Garupa

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Estudos da Comunicação, evento integrante da programação do 23º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 13 a 15 de junho de 2024.

² Bacharel de Publicidade e Propaganda pela PUCRS, email: bruna.flores@edu.pucrs.br

³ Doutora e Professora da Escola de Comunicação, Artes e Design PUCRS, email: paula.puhl@pucrs.br

⁴ Monografia produzida como trabalho de conclusão de curso de Publicidade e Propaganda 2023/2, sob a orientação da Prof.^a Dr.^a Paula Regina Puhl.

(80.313.042 visualizações), Doce 22 (2022), com o clipe Modo Turbo (223.492.315 visualizações) e por último Escândalo Íntimo (2023), com o clipe Campo de Morango (17.113.013 visualizações), esses dados foram coletados até a data dez de outubro de 2023. A escolha pela cantora Luísa Sonza se dá devido à significativa visibilidade que a artista conquistou ao longo dos anos, mas também pela diversidade musical, permite uma compreensão mais abrangente ao proporcionar uma ampla gama de expressões artísticas.

2 METODOLOGIA

Para a realização deste trabalho, que é de natureza exploratória e qualitativa, foi feita uma pesquisa bibliográfica na parte teórica e uma pesquisa documental (Gil, 2008) para obter informações dos álbuns e videoclipes. Através da Análise de Conteúdo (Fonseca Junior, 2011) foi feita a divisão de duas categorias. A primeira explorando a forma como as mulheres são retratadas nas letras, enquanto a segunda categoria trata da representação do corpo na imagem, no qual iremos examinar a representação física do corpo da cantora nos videoclipes. Por fim, é feito um cruzamento entre a revisão teórica e as observações dos 03 videoclipes a fim de tentar compreender melhor a forma como o corpo feminino está representado.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para começar é fundamental compreender a relação da sociedade com o corpo feminino, que historicamente tem sido um campo de conflito e um símbolo de resistência. Segundo Wolf (2020), a ideologia de beleza surgiu como uma tentativa de reafirmar a influência sobre as mulheres que se tornaram rebeldes devido ao avanço do feminismo, desempenhando um papel significativo como mecanismo de controle social, até os dias de hoje. Ainda segundo a autora, esses padrões de beleza não se restringem somente à aparência física, mas também estão relacionados ao comportamento que a sociedade daquele período específico considera ideal para uma mulher.

Castro (2007) alega que esse cuidado corporal pode trazer benefícios, não só para a saúde, como também sociais, já que ao corresponder os padrões de beleza, os indivíduos são mais aceitos socialmente, e profissionais conforme observado por Wolf (2020), como na indústria da beleza que as mulheres podem ganhar mais que os homens, sendo uma das poucas áreas em que isso ocorre.

Wolf (2020) afirma que com a popularização de métodos anticoncepcionais e a crescente legalização do aborto em países como os EUA, nos anos 60, as mulheres passaram a adquirir maior liberdade sexual, trazendo também uma nova liberdade à exposição do próprio corpo e uso da sua sexualidade. Com essas aberturas de possibilidades, as mulheres passam a se empoderar mais de seus corpos, usando-os não só para expressar sua identidade e sexualidade, mas também como uma ferramenta nos movimentos feministas.

Segundo Lipovetsky (2000), por mais que a mídia tivesse o poder de influenciar e moldar ideais de beleza, as consumidoras das mídias não poderiam ser vistas como passivas. Moreno (2021), por outro lado, argumenta que esta é uma verdade relativa ao afirmar que, embora a mídia só reproduza valores e comportamentos que já existem na sociedade, ela tem o poder de escolher quais dará visibilidade e destaque em detrimento de outros. A autora reforça também que essa exposição diária à mídia acaba moldando as percepções das mulheres e, por extensão, da sociedade em geral, influenciando seus comportamentos e sua aparência para atender aos padrões tradicionais de atratividade e sedução associados às mulheres.

Quanto ao cinema, Gerbase (2008, p.190) argumenta que as mulheres ocupam uma posição paradoxal, sendo vistas tanto como anjos quanto perigosas. Dessa forma, a figura da mulher-fatal é criada como um ícone de desejo e como um “signo permanente do perigo da sedução feminina” (Gerbase, 2008, p. 187). Conforme Cipriano et al. (2018), a nudez feminina na mídia, embora possa ter sido vista como um progresso em relação à mudança na mentalidade da sociedade, que antes idealizava a mulher como recatada, assumia um viés capitalista em benefício do prazer masculino.

Sant'anna (2013), afirma que o cinema frequentemente retratou personagens femininas como submissas, muitas vezes como meio de erotizá-las. Uma dinâmica que ecoa não apenas na pornografia, mas em várias outras formas de representação na mídia. Wolf (2020) contribui ao debater como a pornografia evoluiu de um nicho para se tornar uma estratégia de vendas, com foco na “pornografia da beleza” e do “sadomasoquismo”, sendo a pornografia da beleza uma representação das mulheres como se estivessem muitas vezes no ápice do prazer assim como na pornografia tradicional, passando a

permear toda a mídia de massa e a publicidade. Enquanto no sadomasoquismo, assume uma dinâmica de submissão, transformando a violência em algo erótico.

Quanto à representação da mulher na música brasileira, De Paula e Machado (2022) afirmam que reflete a posição da mulher na sociedade: objetificadas e subordinadas ao homem, mesmo quando retratadas como musas inspiradoras. Segundo Bonfim (2013), as mulheres iniciaram sua participação dentro do funk como dançarinas, fazendo com que o padrão de beleza fosse o corpo curvilíneo, realçado através das roupas e dos movimentos que enfatizavam a sensualidade, relacionando também à erotização presente nas letras das músicas.

De acordo com Caetano (2015), uma das principais temáticas do funk é o erotismo, tornando a presença da mulher praticamente obrigatória nesse contexto. Apesar de haver críticas por parte das feministas quanto a objetificação e comercialização do corpo feminino, há também aspectos positivos, como a capacidade das funkeiras de levar discursos feministas e a expressão da sexualidade feminina às classes populares. No entanto, a erotização em excesso pode reforçar estereótipos machistas e de classe. De acordo com Bonfim (2013) o comportamento empoderador das funkeiras pode ser entendido como uma forma de alterar a dinâmica de poder em relação aos homens, permitindo que possam abordar abertamente a sexualidade feminina como tema, mas, ao mesmo tempo em que essas mulheres estariam se empoderando, é importante notar que esse comportamento erótico é desejado não apenas pelos homens, conforme mencionado anteriormente, mas também pela indústria que lucra com essa exposição. Em seu artigo, Noronha (2022) argumenta que todas as cantoras pop brasileiras analisadas tiveram seus corpos objetificados em seus videoclipes, servindo ao consumo e ao prazer da audiência.

4 PRINCIPAIS RESULTADOS

Com base na análise das categorias, torna-se evidente que a sexualidade e o prazer feminino são temas que se destacam nos videoclipes de Sonza (Bonfim, 2013). A representação das mulheres nos vídeos evidencia uma tendência de afastamento dos papéis de gênero tradicionais, conferindo a elas maior destaque ao assumirem o protagonismo nas relações, refletindo uma mudança na dinâmica de poder.

Enquanto as letras transmitem um discurso mais empoderador, os videoclipes tendem a objetificar a mulher, resultando em uma ambiguidade entre o empoderamento e a submissão feminina. Essa submissão, ainda que possa ser considerada como parte do fetiche feminino, pode ter sido moldada por anos de representações machistas na mídia (Moreno, 2021), levam à auto objetificação da artista. Isso evidencia a tênue fronteira entre liberdade corporal e objetificação. Embora a exposição do corpo seja uma escolha da artista, por ser uma figura pública essa atitude contribui para a perpetuação de estereótipos e a pressão tanto comportamental quanto estética.

É importante ressaltar que a direção criativa nos três álbuns foi conduzida por homens. Rodrigo Pitta foi o diretor de “Pandora”, e Diego Fraga dirigiu os outros dois álbuns, “Doce 22” e “Escândalo Íntimo”. Isso significa que, embora a performance seja protagonizada por uma mulher, a perspectiva artística é moldada pelo olhar masculino sobre o corpo feminino (Caetano, 2015).

Apesar de os três álbuns incluírem músicas mais lentas com letras reflexivas ou românticas que revelam um pouco da jornada da cantora, de acordo com os videoclipes mais vistos de cada álbum, poderia existir uma tendência na preferência do público por videoclipes que possuam maior erotização feminina. Essa tendência sugeriria que apesar da mídia determinar os temas em evidência (Moreno, 2021), haveria também escolha por parte do consumidor ao engajar-se mais com videoclipes que priorizam a sexualização feminina.

5 CONCLUSÃO

A partir dos estudos teóricos e da análise realizada foi possível responder ao problema de pesquisa que buscava entender como está representado o corpo feminino nos videoclipes e nas letras de Luísa Sonza em diferentes fases da sua carreira, sendo identificadas práticas que reforçam a erotização e o sexismo.

Conforme argumenta Wolf (2020) a utilização da exposição se torna, muitas vezes, a estratégia encontrada para o avanço em meio às desigualdades de gênero podendo se manifestar de maneira profissional, como no caso da cantora ao conquistar visibilidade na música. A erotização e objetificação feminina são mais bem aceitas quando servem para a comercialização e apreciação masculina (Cipriano et al., 2018), sendo ainda uma

realidade na mídia nos dias de hoje. Isso indica que, apesar da autonomia adquirida pelas mulheres contemporâneas, o controle efetivo sobre sua imagem e corpo ainda não está em suas mãos.

Portanto, por mais que a cantora se objetifique, reforçando e propagando estereótipos e ideais de beleza, ela está, de certa forma, utilizando algo que, principalmente por ser uma figura pública, já aconteceria de qualquer maneira, mas dessa forma, ela pelo menos obtém parte dos lucros e vantagens relacionados à imagem do próprio corpo. Ao abordar temas como a sexualidade, feminilidade e os desejos femininos, enquanto utiliza e desafia esse sistema opressor e objetificado, ela acaba disseminando mensagens feministas para públicos que poderiam não ser impactados de outra forma.

Ainda assim, ao analisar seus videoclipes, o que predomina é que se trata de um conteúdo feito por homens e mais direcionado para o público masculino (Caetano, 2015) e embora ela desafie parte desse sistema opressor para benefício próprio, se torna também, simultaneamente, parte da mídia promotora de ideais ao optar por transformar o empoderamento sobre seu corpo em um produto comercializável (Cipriano et al., 2018).

Outra reflexão interessante proporcionada pela análise é que, frequentemente, artistas enfrentam críticas devido à exposição de seus corpos, sem que a sociedade perceba que o cerne da questão é que se há comercialização da nudez feminina, é porque existe uma demanda para esse tipo de consumo.

Conclui-se, portanto, que a mídia, desempenha um papel crucial na propagação e reforço de estereótipos e ideais de beleza, tanto de comportamento quanto físicos, ao dar foco para conteúdos que perpetuam desigualdades de gênero. A revisão teórica e a análise dos videoclipes da Luísa Sonza nos proporcionam uma visão sobre como esses temas são abordados na música contemporânea brasileira.

REFERÊNCIAS

- BONFIM, L. L. . **Corpo e poder no funk carioca**. Anais do Seminário Internacional Fazendo gênero, Florianópolis, 2013. Trabalho apresentado no 10º seminário Fazendo Gênero, 2013, Florianópolis. Disponível em: https://www.fg2013.wvc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/20/1373250586_ARQ_UIVO_corpoepodernofunkcariocafeminino.pdf. Acesso em: 9 out. 2023
- CAETANO, Mariana Gomes. **My pussy é o poder: Representação feminina através do funk: identidade, feminismo e indústria cultural**. Orientador: Dr^a. Adriana Facina. 2015. 181 p.

Dissertação (Pós-Graduação em Cultura e Territorialidades) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2015. Disponível em:

https://www.academia.edu/12704441/MY_PUSSY_%C3%89_O_PODER_Representa%C3%A7%C3%A3o_feminina_atrav%C3%A9s_do_funk_identidade_feminismo_e_ind%C3%BAstria_cultural. Acesso em: 12 out. 2023.

DE CASTRO, Ana Lúcia. **Culto ao corpo e sociedade: Mídia, estilos de vida e cultura de consumo**. 2ª. Ed. São Paulo: FAPESP, 2007.

DE PAULA, Adriana Sydor; MACHADO, José Barbosa. Representação da mulher na música popular brasileira: Entre musa e objeto. *Revista de Letras*. Série III, ed. 3, p. 119-137, Julho 2022. Disponível em:

<https://revistadeletras.utad.pt/index.php/revistadeletras/article/view/263/130>. Acesso em: 12 out. 2023.

GERBASE, Carlos. O corpo feminino no cinema: entre a fascinação vital e o pecado mortal.

Comunicação & Informação, v. 11, n. 2, p. 181-191, Jul./dez 2018. Disponível em:

https://www.brapci.inf.br/_repositorio/2017/07/pdf_37ee0797a0_0.pdf. Acesso em: 6 out. 2023.

GIL, Antonio Carlos. *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. São Paulo, Editora Atlas S.A., 2008.

JÚNIOR FONSECA, Wilson Corrêa da. Análise de Conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2.ed. São Paulo: Editora Atlas, 2011. p. 280-303

LIPOVETSKY, Gilles. **A terceira mulher: permanência e revolução do feminino**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

Luísa Sonza - Campo De Morango. Fraga Studio, 2023. 1 vídeo (1min e 56seg). Publicado pelo canal Luísa Sonza. Disponível em:

https://www.youtube.com/watch?v=CF8L6ZYIgPo&ab_channel=LuisaSonzaVEVO. Acesso em: 19 nov. 2023.

Luísa Sonza, Pabllo Vittar - Garupa. BMT, 2019. 1 vídeo (2min e 14seg). Publicado pelo canal Luísa Sonza. Disponível em:

https://www.youtube.com/watch?v=VTwmer_iNhY&ab_channel=LuisaSonzaVEVO. Acesso em: 19 nov. 2023.

Luísa Sonza, Pabllo Vittar, Anitta - MODO TURBO (Clipe Oficial). Alaska, 2020. 1 vídeo (2min e 54seg). Publicado pelo canal Luísa Sonza. Disponível em:

https://www.youtube.com/watch?v=QcS9ZndErHc&ab_channel=Lu%C3%ADsaSonza. Acesso em: 19 nov. 2023.

MACHADO, Rodrigo Cipriano; NORONHA, Iracema Lima. DITADURA DA BELEZA.

Caderno Discente do Instituto de Ciências Jurídicas, Aparecida de Goiânia, ano 1, n. 1, p. 19-20, 23 ago. 2023. Acesso em: 23 ago. 2023

MORENO, Rachel. **A beleza impossível: mulher, mídia e consumo**. 4. ed. São Paulo: Ágora, 2021.

NORONHA, Ana Luiza Silva. Empodere-se ou objetifique-se tentando: Uma análise temática e de narrativa dos videoclipes mais populares das divas pop brasileiras. *XLVI Encontro da ANPAD - EnANPAD 2022*, [s. l.], 2022. Disponível em:

<https://anpad.com.br/uploads/articles/120/approved/62db9e3397c76207a687c360e0243317.pdf>. Acesso em: 12 out. 2023.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi de. Sempre Bela. In: PINSKY, Carla Bassanezi. PEDRO, Joana Maria. (org.) **Nova História das Mulheres no Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 2013, p. 105-125.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza: Como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. 14ª. ed. Rio de Janeiro: Rosa dos tempos, 2020.