

## A Influência das Princesas na Construção da Imagem do Feminino: Branca de Neve, sua Estória Original, suas Representações nos Filmes da Disney e no Cinema Contemporâneo

*Maria Geisiane Bezerra<sup>1</sup>*

*Ana Paula Celso de Miranda<sup>2</sup>*

*Olga Maria Coutinho Pépece<sup>3</sup>*

O presente estudo tem como finalidade analisar como os valores vigentes na sociedade influenciam na imagem das princesas dos contos de fadas e na sua representação de autoconceito ideal da mulher. Para isso, foi feita, uma análise da personagem Branca de Neve descrita em um dos contos dos Irmãos Grimm (1817-1822), nos filmes produzidos pela Disney Studios - Branca de Neve e os Sete Anões (1937) e também a sua releitura - Branca de Neve e o Caçador - produzido pela Universal Pictures (2012), a fim de refletir sobre as questões relativas à gênero em épocas distintas. Os achados de pesquisa demonstraram como o significado do feminino pode ser negociado a partir de uma mesma construção cultural como a das princesas dos contos de fadas, da relação entre o mito dessa princesa e o espírito do tempo e como as mulheres, nos dias atuais, são influenciadas e influenciam a imagem dessa princesa. O autoconceito ideal, que no presente caso podemos chamá-lo de idealizado, o de ser e levar “uma vida de princesa”, não muda nos sonhos das mulheres, o que mudou foi o ideal do que é “ter uma vida de princesa” que não é mais o de encontrar um príncipe encantado para ser salva e coroada. O ideal de “vida de princesa” tornou-se a independência e o poder de lutar, vencer e ser reconhecida pelos próprios méritos.

**Palavras-chave:** contos de fadas; mito; cultura de consumo; autoconceito; gênero.

### The Influence Of The Princesses In The Construction Of The Image Of The Feminine: Snow White, Its Original Story, Its Representations In The Films Of Disney And In The Contemporary Movie

The aim of this study is to analyze the influence of society's current values on the image of fairytale princesses and their representation of contemporary women's self - concept. An analysis of the Snow White character was made in view of the fairy-tale written by Brothers Grimm (1817-1822), the films produced by Disney Studios - Snow White and the Seven Dwarfs (1937) and their re-reading - Snow White and the Hunter - produced by Universal Pictures (2012) in order to reflect on gender issues in different periods. The research finds show how the meaning of the feminine negotiated from the same cultural construct as the fairytale princesses, the relationship between the myth of the princess and the spirit of time and how women, today, are influenced and influence the image of this princess. The ideal self-concept, which in the present case we can call idealized, that

<sup>1</sup> Bacharel em Design pelo Departamento de Design da Universidade Federal de Pernambuco. Núcleo de Design e Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. Endereço: Av. Campina Grande, s/n - Km 59 - Nova Caruaru, Caruaru - PE, 55014-900. Email: mariageisyane@hotmail.com.

<sup>2</sup> Doutora em Administração pela Universidade de São Paulo (USP). Professora associada do Núcleo de Design e Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. Endereço: Av. Campina Grande, s/n - Km 59 - Nova Caruaru, Caruaru - PE, 55014-900. Email:anapaula.miranda@ufpe.br

<sup>3</sup> Doutora em Administração pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Professora associada do Departamento de Administração da Universidade Estadual de Maringá (DAD/PPA/UEM). Endereço: Av. Colombo, 5790 – Zona 7, Maringá - PR, 87020-900. Email: omcpepece@uem.br. <https://orcid.org/0000-0002-9155-9285>

of being and leading a "princess's life", does not change in the dreams of women, what changed was the ideal of what it is "live like a princess" which is no longer to find a prince charming to be saved and crowned. The ideal of "princess life" has become the independence and the power to fight, to win, and to be recognized by its own merits.

**Keywords:** fairy-tales; myth; consumer culture; self-concept; gender.

## **1. Introdução**

A sociedade na qual vivemos hoje está cada vez mais moldada pela forma como as pessoas querem expressar significados por meio do consumo. Ao estarmos em constante construção do nosso autoconceito, estaremos também em processo de compreensão do nosso eu, como nos identificamos e como acreditamos que somos de fato.

Este estudo apresenta uma análise das diferentes versões da personagem Branca de Neve: a descrita em um dos contos dos Irmãos Grimm (1817-1822), a dos filmes produzidos pela Disney Studios - Branca de Neve e os Sete Anões (1937) e da sua releitura - Branca de Neve e o Caçador - produzido pela Universal Pictures (2012) buscando entender a relação do autoconceito da mulher e a imagem da princesa. O principal objetivo é o de analisar a influência que os valores vigentes na sociedade, em cada época, tem na imagem das princesas dos contos de fadas e na sua representação de autoconceito ideal feminino. Por fim pretendemos oferecer ao leitor uma compreensão da (re)construção do feminino refletindo o espírito do tempo de cada época.

Além desta introdução este artigo apresenta: fundamentação teórica sobre autoconceito e consumo de contos de fada; percurso metodológico de estudo qualitativo com a utilização de protocolo de análise para imagens em movimento (BEZERRA; MIRANDA, 2014) e análise de conteúdo; análise e discussão com a análise de cenas dos filmes da Branca de Neve de 1937 e 2012 e das entrevistas realizadas com consumidoras desses filmes; em seguida, finalizando o trabalho, apresentamos as considerações finais.

## **2. Fundamentação Teórica**

A função de possuir é criar e manter o sentido da autodefinição: ter, fazer e ser estão integralmente relacionados. Pessoas expressam o seu eu no consumo e vêem as posses, por conseguinte, como parte ou extensão do eu. Para entender o autoconceito se faz necessário entender suas divisões básicas em autoconceito real, ideal e social. "O autoconceito real refere-se a como as pessoas percebem a si próprias; o autoconceito ideal refere-se a como a pessoa gostaria de ser percebida; e o autoconceito social refere-se a como a pessoa apresenta o seu eu para os outros" (SIRGY, 1982, p. 287). O eu que acredito que sou (autoconceito real), o eu que eu gostaria de ser (o autoconceito ideal), o eu como acho que os outros me percebem (eu social) e o eu como eu gostaria que os outros me vissem (eu social ideal) (SOLOMON, 2002).

Segundo Belk (1988) e Solomon (2002), as posses comunicam algo sobre os seus possuidores. O eu não é desenvolvido a partir de processo pessoal ou individual, mas envolve todo o processo da experiência social. Na aferição das reações dos outros; o indivíduo desenvolve a sua própria auto percepção. Ele se percebe como acredita que é percebido. O eu do indivíduo, assim sendo, seria determinado amplamente pela projeção de como os

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
outros o vêem.

As pessoas buscam se comportar de acordo com a imagem que elas constroem de si mesmas, que é o *autoconceito real*. Para Solomon (2002, p. 116) o *autoconceito real* “refere-se a nossa avaliação mais realista das qualidades que temos ou não”, ou seja, é como realmente nós acreditamos que somos. Ao comprarmos produtos que acreditamos que representam o nosso *autoconceito real*, estaremos, de uma forma direta ou indireta, mostrando aos grupos aos quais fazemos parte, ou para a sociedade em geral, como nos vemos e acreditamos que somos. O autor define o *autoconceito ideal* para o indivíduo como “a concepção da pessoa sobre como ela gostaria de ser”, ou seja, como a pessoa se idealiza e é “parcialmente moldado por elementos da cultura do consumidor”, como os “heróis nas propagandas”, que segundo ele servem como idealização para o indivíduo.

Belk (1988) desenvolveu teoria sobre a relação e apropriação do conceito do eu-estendido (*extended self*) em que o significado que o indivíduo atribui à posse reflete o seu eu. A noção de que, à partir do final do século XX, as pessoas definem a si mesmas por meio das mensagens transmitidas aos outros por via do consumo e de realização de práticas sociais, tem por objetivo manipular e gerenciar aparências. (KAISER, 1998; BELK, 1988; BAUDRILLARD, 1991; SLATER, 2002).

Sandikci e Ger (2010) apresentam estudo sobre como heroínas de romance tanto na literatura quanto nas novelas ressignificam o feminino na sociedade turca elevando o uso do véu de prática estigmatizada para discurso de moda.

Mendes *et al* (2012), falam que o autoconceito de uma pessoa, está ligado diretamente com as suas interações sociais. Dessa forma, o que a pessoa pensa de si é determinado por como os outros a vêem, ou seja, o autoconceito social ideal do indivíduo vai se construindo a partir das respostas que ele vai recebendo a respeito do seu comportamento dentro dos grupos nos quais ele vive, ou da forma com a qual ele percebe o grupo e se idealiza fazendo parte dele. Assim, a construção da idealização é desenvolvida a partir das interações que o indivíduo tem com o meio social.

Andrievskikh (2014) pontua que apesar das pessoas no século XXI alegarem não acreditar nos contos de fada ainda assim continuam consumindo essa referência. O que mudou dos séculos passados para o presente é a forma como esse consumo é realizado. Antigamente a ideia, principalmente das mulheres, era a de se inspirar nesses contos fantasiando encontrar o príncipe encantado e se tornarem princesas, hoje essas mulheres se inspiram nos contos de fada como um apoio emocional para enfrentarem os desafios do dia a dia, as heroínas dos contos de fada passam por restrições financeiras, de saúde, entre outras e as vencem representando superação, transformação e empoderamento. A heroína de hoje quer vencer as concorrentes na sua entrevista de emprego.

### 3. Percurso Metodológico

A partir do método comparativo que, segundo Gil (2008), tem a finalidade de “ressaltar as diferenças e similaridades” entre os objetos estudados, foi feita uma análise comparativa entre os textos originais dos contos e as seguintes versões cinematográficas: a animação da Branca de Neve (1937) produzida pela Disney Studios *versus* o filme A Branca de Neve e o Caçador (2012) produzido pela Universal Pictures.

O percurso metodológico utilizou-se da análise de conteúdo de Bardin (2006) para as entrevistas estruturadas realizadas com consumidoras dos filmes em análise e do protocolo de análise para imagens em movimento de Bezerra e Miranda (2014). Este protocolo propõe a análise da narrativa do filme utilizando os critérios – forma, cor, material, composição, gestual, plano, movimento - e é desenvolvido em três atos. O primeiro é denominado **denotação** que é a descrição dos significados que estão mais voltados para o figurino do personagem. O segundo ato trabalhado pelos autores é o de **conotação** que refere-se ao nível mais alto de significação, onde compreendemos os simbolismos não só do figurino, mas também do personagem. O último ato refere-se ao **mito**, está direcionado às referências culturais de quem interpreta a cena, cada pessoa tem em si sua carga cultural, que define suas interpretações para os significados que elas dão a cada contexto, no qual elas estão inseridas.

O corpus de pesquisa foi constituído de 10 mulheres consumidoras de filmes da Disney que foram indicadas por conhecidos das pesquisadoras. A seguir encontra-se a Tabela 1 com o perfil das dez mulheres entrevistadas.

**Tabela 1 – Perfil das entrevistadas**

ENTREVISTADA	IDADE (anos)	OCUPAÇÃO
E1	23	Estudante
E2	22	Advogada
E3	20	Estudante
E4	21	Estudante
E5	21	Nutricionista
E6	28	Designer
E7	23	Estudante
E8	29	Estudante
E9	20	Estudante
E10	25	Pedagoga

Fonte: as autoras.

Todas as entrevistadas tinham entre 20 e 29 anos e seis delas tinham como principal ocupação serem estudantes universitárias. Dentre as quatro profissionais, três delas eram profissionais liberais, apenas a pedagoga era funcionária de instituição de ensino. Esses perfis ofereceram um caráter relativamente similar entre o grupo de entrevistadas.

#### 4. Análise e Discussão

Na história escrita pelos Irmãos Grimm, Branca de Neve é retratada com uma beleza inestimável e com um coração bondoso, que a todos agradava, percebemos isso no seguinte trecho: “Era tão linda e meiga que o caçador, que não era um mau homem, apiedou-se dela [...]” (IRMÃOS GRIMM, 2004, p. 14)

Dessa forma, o conto passa à nós a mensagem de que a beleza é importante, Branca de Neve era admirada por todos devido a sua beleza, e tem até sua vida poupada por isso.

##### 4.1. Branca de Neve e os Sete Anões (Walt Disney Studios, 1937) versus Branca de Neve e o Caçador (Universal Pictures, 2012)

Branca de Neve se encontra adormecida dentro de um esquife de cristal, enquanto os

animais e os anões velam seu corpo. Então aparece o príncipe, a beija, e ela acorda. E eles partem juntos para o castelo.

**Figura 1: Branca de Neve e os sete anões: Cena 2, final. De 01:20:05 a 01:22:13**



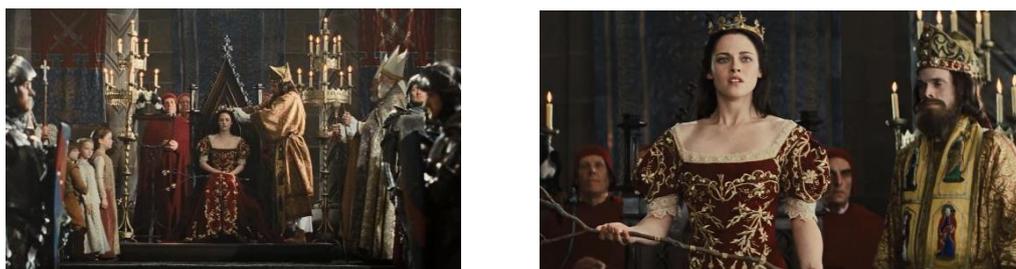
**Quadro 1 – Análise da Cena**

	<b>Denotação</b>	<b>Conotação</b>
<b>Forma</b>	<b>Branca de Neve:</b> vestido simples, acinturado, mangas bufantes, gola alta. <b>Príncipe:</b> camisa de mangas compridas e volumosas, colete, caça justa, capa.	<b>Branca de Neve:</b> Branca de Neve: a cintura marcada, as mangas bufantes, traz os significados de romantismo e inocência. Os outros elementos, por não serem tão chamativos, remetem a simplicidade. <b>Príncipe:</b> a camisa, o colete e a capa, conotam elegância ao personagem.
<b>Cor</b>	<b>Branca de Neve:</b> azul (blusa e mangas do vestido), branco (gola), amarelo (saia do vestido) e vermelho (detalhes na manga). <b>Príncipe:</b> Branco (camisa), cinza (calça), azul (colete) e vermelho (capa).	<b>Branca de Neve:</b> o figurino colorido, remete a alegria, simpatia. <b>Príncipe:</b> a cores no figurino do personagem são as mesmas de Branca de Neve, o que vai dar significado de amor, romance e alegria.
<b>Material</b>	<b>Branca de Neve:</b> “cetim”, “algodão”. <b>Príncipe:</b> “lã”, “seda”.	<b>Branca de Neve:</b> o cetim remete a delicadeza, e o algodão a simplicidade. <b>Príncipe:</b> a lã como um tecido mais encorpado, traz características ao personagem de força e confiança, a seda dá delicadeza e sensibilidade, além de romantismo.
<b>Composição</b>	<b>Branca de Neve:</b> esquife de gelo. <b>Príncipe:</b> sem composição.	<b>Branca de Neve:</b> serenidade, tranquilidade. <b>Príncipe:</b> esperança, admiração / felicidade.
<b>Gestual</b>	<b>Branca de Neve:</b> dormindo. <b>Príncipe:</b> caminhando/cantando.	<b>Branca de Neve:</b> a personagem transmite tranquilidade, e ao mesmo tempo tristeza. <b>Príncipe:</b> serenidade, esperança, romance.
<b>Plano</b>	Plano geral, plano conjunto, plano médio.	O plano geral mostra a chegada conotando romance. O plano conjunto e o plano médio, conotam em primeiro momento a esperança e a expectativa de que o beijo acorde Branca de Neve, e em sequência, significam felicidade, na despedida dos personagens com os anões.
<b>Movimentos de câmera</b>	Zoom, panorâmica horizontal, close.	O zoom e a panorâmica horizontal, simboliza admiração, pois ocorre a medida em que o príncipe vai se aproximando de Branca de Neve. O close conota esperança, e expectativa.
<b>Mitificação</b>		

Dependência. Branca de Neve dependia de um príncipe para lhe acordar e lhe trazer de volta a felicidade, e também, para que ela pudesse se tornar rainha ao final do filme.

Fonte: as autoras.

**Figura 2: Branca de Neve e o Caçador: Cena 2, final. De 02:00:03 a 02:01:35**



Branca de Neve é coroada como a verdadeira rainha de seu reino após matar a Rainha Má.

**Quadro 2 – Análise da Cena**

	<b>Denotação</b>	<b>Conotação</b>
<b>Forma</b>	<b>Branca de Neve:</b> vestido volumoso, acinturado, com mangas bufantes.	A modelagem do vestido, embora tenha mangas bufantes, saia um pouco volumosa, é simples, e além de conotar romantismo devido a cintura marcada, ele também transmite simplicidade e humildade.
<b>Cor</b>	<b>Branca de Neve:</b> vermelho (vestido), dourado (bordados).	O vermelho pode ter muitos significados, como paixão, amor, mas na cena, ele expressa o significado de poder, e admiração, pois é a cor em destaque na cena. O dourado, conota luxo, riqueza.
<b>Material</b>	<b>Branca de Neve:</b> veludo, bordados, coroa.	O veludo por ser um tecido encorpado e pesado, conota a força, a seriedade. Os bordados, remetem a delicadeza, romantismo. A coroa, mostra a posição da personagem na cena, que é de rainha.
<b>Composição</b>	<b>Branca de Neve:</b> coroa.	Nobreza, admiração, poder.
<b>Gestual</b>	<b>Branca de Neve:</b> Sem muitos movimentos; expressões faciais.	Nervosismo, insegurança, coragem.
<b>Plano</b>	Detalhe, plano geral, plano médio.	Detalhe, mostra a coroa, conota vitória, triunfo. O plano geral, mostra o salão, conotando nervosismo, insegurança da personagem. O plano médio, ao final da cena, transmite coragem.
<b>Movimentos de câmera</b>	Close, cortes.	O close mostra a troca de olhares entre Branca de Neve e o caçador, conota confiança, coragem, amizade. Os cortes aparecem entre as expressões da personagens com os outros personagens da cena, transmite nervosismo, insegurança, medo.
<b>Mitificação</b>		

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

A independência. Branca de Neve é coroada sem a presença de um príncipe, ela sobe ao trono sozinha, como recompensa por sua luta pelo reino que lhe era de direito.

**Fonte:** as autoras.

### Comparação entre as duas cenas

No filme da Disney (1937), temos um conto típico da era romântica, onde princesas e príncipes esperam que o seu verdadeiro amor resolva todos os seus problemas, pois a vida ficaria mais significativa a partir do momento em que eles se encontrassem. Foi trabalhado neste conto, o *autoconceito ideal*, Branca de Neve passa o filme sonhando com o dia em que o príncipe virá lhe buscar e ela poderá finalmente se tornar rainha. A princesa idealiza essa posição de poder legítimo por hereditariedade, para que assim ela possa encontrar a “felicidade”. É assim que o título da nobreza é trabalhado no filme, como sendo sinônimo de felicidade, de melhorias, de justiça, e até de mudança de vida, a jovem idealiza o título de rainha para o seu “*eu interior*”, para que assim ela tenha plena realização pessoal.

No segundo filme, o da Universal (2012), temos uma Branca de Neve sendo recompensada pelo seu esforço, e essa recompensa é sua coroação. A personagem não precisou de um príncipe para se tornar rainha, teve ajuda de muitas pessoas para chegar até seu trono. No filme, a personagem salva o caçador, coordena um exército, veste uma armadura, mata Ravenna e é coroada sozinha, ações essas bastante distintas da personagem do filme da Disney (1937), e que tradicionalmente eram vistas em personagens masculinos, porém, no filme da Universal, foi a imagem feminina quem se destacou por tais ações. A releitura do filme da Disney, faz referência a uma grande característica da mulher contemporânea, a independência. Branca de Neve é totalmente independente, mesmo mostrando insegurança algumas vezes, ela sempre se mostra focada em seus objetivos e luta por eles.

Analisamos, aqui, a construção do *autoconceito ideal* e do *autoconceito social*. O *autoconceito ideal* está relacionado com o desejo de Branca de Neve em sair da sua condição submissa a Ravenna e lhe tomar o trono, assim, a jovem poderia ser rainha, e conquistar o reino que lhe era de direito. O *autoconceito social*, se relaciona com a convivência de Branca de Neve com as pessoas ao seu redor, mesmo não tendo uma coroa, todos sabiam que ela era a verdadeira rainha, e ela também fazia questão de incorporar essa posição diante das pessoas que a cercavam, liderando-os, como uma rainha faz com seus súditos. Em contrapartida no filme da Disney Branca de Neve não se encontra com seus súditos para ser reconhecida por eles, o reconhecimento se dá pelos seus salvadores que são os anões que matam a bruxa e o Príncipe que a beija e a leva para a “vida de princesa” o que ela recebe em troca de sua subserviência onde ser boa é obedecer e servir.

**Quadro 3: Comparação entre as cenas dos dois filmes**

Filme	Imagem 1 Branca de Neve e os Sete anões	Imagem 2 Branca de Neve e o Caçador
Figurino	 Fonte: Branca de Neve e os Sete Anões - Walt Disney Studios.	 Fonte: Branca de Neve e o Caçador - Universal Pictures.
Significação	Romantismo, delicadeza.	Nobreza, poder, vitória.
Identidade (O que permanece)	Mangas volumosas, cintura marcada.	Mangas volumosas, cintura marcada.
Alteridade (O que mudou)	Cores vivas e alegres, gola alta. Conotam na personagem, romance, delicadeza, inocência.	Sem gola, decote quadrado, cor única, com bordados. Traduzem na personagem o poder, coragem, força, etc.

Fonte: as autoras..

## 4.2. Análise das entrevistas

### Identificação com as princesas (contos e filmes antigos)

Aqui buscamos entender se as entrevistadas se identificam com as princesas clássicas como Branca de Neve, Bela Adormecida ou Cinderela. Ao perguntar se elas se identificavam com essas princesas, obtivemos respostas sobre o *autoconceito real* das entrevistadas, que se mostraram identificadas ou não com o universo encantado dessas personagens. Entre as respostas positivas em relação aos personagens clássicos, podemos destacar as seguintes:

*“Sim, com a Cinderela, pois apesar da vida ser difícil, nunca deixei de me cuidar e de continuar a cultivar meus sonhos.”* (E1, 23 anos, estudante)

*“Sim. Com a cinderela principalmente, pela história de sofrimento e de superação dela.”* (E5, 21 anos, nutricionista)

Notamos então, uma aproximação da vida real das entrevistadas com os acontecimentos da vida de Cinderela, ambas, se qualificam na forma como Cinderela superou seu caminho de sofrimento, isso fica claro para nós no trecho *“nunca deixei de me cuidar e de*

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

*continuar a cultivar meus sonhos*”, assim o autoconceito real das entrevistadas se espelha na personalidade e na história de superação da personagem.

Em outra resposta identificamos a representação do *autoconceito ideal*:

*“Bela adormecida, por que ela cai em um sono profundo até que um príncipe encantado a desperte com um beijo de amor verdadeiro, qualquer um iria gostar de acordar assim.”* (E3, 20 anos, estudante)

Aqui vemos uma idealização da entrevistada com a cena do “beijo” da Bela Adormecida, e também com a própria personagem. Ao imaginar a cena, ela se coloca no lugar de Aurora, então seu *autoconceito ideal* (SOLOMON, 2002) se forma a partir do sentimento de admiração que ela expressa ao se idealizar na cena, esse sentimento é enfatizado com o trecho *“qualquer um iria gostar de acordar assim.”*. A sua identificação com Aurora leva a entrevistada a querer também uma história de romance e um amor verdadeiro.

Entre as respostas negativas, destacamos as seguintes:

*“Não. Essas princesas são constantemente vítimas da situação, se acomodando dentro do círculo de vida “destinado” a elas. Apesar de gostar das personagens, não me vejo agindo da forma que elas se comportam.”* (E4, 21 anos, estudante)

*“Não. Elas mostram inocência, são frágeis demais. Se deixam ser vítimas, como no caso da Branca de Neve e da Cinderela.”* (E7, 23 anos, estudante)

Percebemos aqui, que a divergência principal entre as entrevistadas e as personagens é a personalidade. Ao identificarem que as princesas são personagens frágeis, ingênuas, inocentes, “acomodadas”, elas já não querem ser e nem se veem mais identificadas com elas. O *autoconceito ideal* (SOLOMON, 2002), neste caso, não se aproxima do conceito de personalidade das princesas clássicas de tal forma que elas nem se vêem agindo como as personagens.

Em outras respostas, notamos que as entrevistadas mesmo dizendo que não se identificam com as personagens das princesas, dizem gostar das histórias:

*“Não me identifico. Mas, das histórias a minha preferida é a de Cinderela.”* (E6, 28 anos, designer)

*“Não me identifico com nenhuma. Não vejo aproximação entre elas e eu, mas gosto muito das histórias [...]”* (E10, 25 anos, pedagoga)

Dessa forma, não temos identificação direta das entrevistadas com a personalidade das princesas, percebemos, apenas, que elas tem admiração e carinho pelas histórias, o que fica enfatizado com as falas *“minha preferida”* e *“gosto muito”*. Elas se mostram mulheres mais centradas e de personalidade definida, que diferente das entrevistadas anteriores, não se veem agindo como as princesas tendo comportamento mais próximo do que aponta (SHORT, 2015), porém, não escondem sua admiração por tais histórias.

Na segunda pergunta buscamos perceber como se comporta o autoconceito das entrevistadas em relação as personagens e ao figurino que elas usam nos filmes. Ao perguntar se elas já tiveram roupas que remetesse as princesas ou se gostariam de ter, observamos admiração, nostalgia e a distinção em relação ao figurino das personagens. Entre as respostas de admiração quase todas as entrevistadas disseram que gostariam de ter uma roupa de princesa ou uma que remetesse a estética desses figurinos clássicos, dentro destas respostas,

destacamos as seguintes:

*“Nunca tive, mas gostaria de ter um espartilho ou um corpete, por ser uma peça com um simbolismo muito forte de feminilidade e de sensualidade.”* (E1, 23 anos, estudante)

*“Nunca tive, mas tenho vontade, sempre é bom viver novas experiências.”* (E3, 20 anos, estudante)

A primeira entrevistada destaca em sua resposta o uso do espartilho no figurino das princesas que, por sua vez, é um objeto de desejo almejado por ela. A segunda entrevistada, deixa clara a vontade de experimentar um figurino que remeta a uma princesa. Ambas expressam o seu *autoconceito ideal*, que tem inspiração no figurino das princesas.

Entre as respostas com nostalgia, observamos que as entrevistadas ligam o figurino de princesa a infância:

*“Nunca tive, mas quando criança me encantava, hoje não mais.”* (E1, 23 anos, estudante)

*“Sim. Quando criança para ser daminha em casamentos.”* (E6, 28 anos, designer)

A primeira entrevistada fala do encantamento com o figurino das princesas, a segunda expõe seu desejo de ter uma roupa de princesa apenas para uma determinada ocasião. Enquanto uma sonha em ter um figurino que remeta a esse universo encantado das princesas, a outra já não se sente tão apegada a ele, porém, as duas enfatizam que esse tipo de figurino remete à infantilidade, infantilidade esta já destacada por Rozario (2018) ao analisar a “moda” nos contos de fada, por isso não se sentem mais à vontade em idealizar tal figurino para si.

Como distinção podemos destacar as seguintes respostas:

*“Não, nunca tive e também nunca me interessei.”* (E8, 29 anos, estudante)

*“Nunca tive uma roupa de princesa, mas não tenho vontade de ter. Acho que a fantasia deveria ficar apenas nos contos de fadas. [...]”* (E10, 25 anos, pedagoga)

As duas entrevistadas relatam que nunca sentiram vontade de ter uma roupa de princesa ou uma roupa que remetesse a elas, o autoconceito das duas, não está ligado à personalidade e nem a admiração por esse tipo de figurino. Sendo assim, o *autoconceito real* das duas é independente da influência das princesas dos contos de fada clássicos.

## **A identificação com as princesas do contemporâneo**

Aqui procuramos compreender qual figurino de princesa atrairia mais as entrevistadas, por isso perguntamos se elas prefeririam um vestido de baile (representação das princesas clássicas) ou uma armadura (representação das princesas do contemporâneo). Entre as que escolheram o vestido de baile, podemos destacar:

*“Um vestido de baile, pela delicadeza.”* (E2, 22 anos, advogada)

*“Um vestido de baile, por me identificar com esse estilo, sendo uma peça bastante feminina.”* (E1, 23 anos, estudante)

*“Vestido de baile. Por que no meu contexto eu não usaria uma armadura para nenhuma ocasião e um vestido sim.”* (E8, 29 anos, estudante)

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Aqui a imagem do vestido aparece por sua reprodução de delicadeza, feminilidade e usabilidade, características também descrita por Rozario (2018) ao descrever roupas de princesas, fazendo com que as entrevistadas tenham uma imagem de que o vestido representa bem mais a mulher do que uma armadura. Isso ocorre porque a imagem da princesa com vestido de baile já é enraizada na mente de todas que já assistiram aos filmes clássicos de contos de fada. Neste caso, é difícil assimilar uma princesa usando uma armadura, pois existem poucas referências para tal. Porém, há mulheres que mesmo tendo essa referência dos vestidos de baile, preferem a armadura, como é o caso destas entrevistadas:

*“Armadura por ser uma versão mais adaptada dos tempos atuais.” (E3, 20 anos, estudante)*

*“Uma armadura, com certeza! Pois quem usa uma armadura não precisa ser salva constantemente, essa pessoa é seu próprio herói.” (E4, 21 anos, estudante)*

*“Uma armadura. A armadura traz proteção, força, remete a uma ideia de bravura e coragem.” (E7, 23 anos, estudante)*

A primeira entrevistada escolhe a armadura por idealizar uma princesa mais contemporânea, uma princesa que se autodefende. Em ênfase a este pensamento está a resposta da segunda entrevistada, que espelha na armadura a imagem da princesa heroína, que não espera que o príncipe encantado resolva todos os seus problemas. Aqui fica nítida a ideia pontuada por Short (2015) de que a atual Branca de Neve não fica aguardando o Príncipe encantado resgatá-la de sua vida difícil para levá-la para uma vida mais prazerosa como ocorreu nos Clássico da Disney e no conto dos irmãos Grimm. A Branca de Neve do filme do século XXI vai à luta por sua melhor vida e por assumir o trono. E a terceira entrevistada, nos mostra a significação que a armadura tem para o seu autoconceito, que é o de proteção, mas não uma proteção vinda de alguém, neste caso, é uma autoproteção. Também temos o significado de força, bravura e coragem. O *autoconceito ideal* destas entrevistadas estão representados em suas respostas, pois não só se identificam com a imagem da princesa de armadura, mas projetam toda a significação que a armadura atribui ao personagem da princesa, em suas identidades.

Na quarta pergunta procuramos compreender como seria de fato o *autoconceito ideal* das entrevistadas, caso elas pudessem se tornar princesas, se seriam princesas mais clássicas ou contemporâneas. Das respostas que se aproximaram das princesas mais clássicas, podemos destacar as seguintes:

*“Talvez de espartilhos, saias e vestidos longos ou no nível do joelho, joias e penteados.” (E1, 23 anos, estudante)*

*“Com um vestido grande rodado, e azul marinho.” (E9, 20 anos, estudante)*

Entre as duas respostas, podemos observar que as entrevistadas descrevem elementos presentes nos figurinos das princesas clássicas, como o espartilho, as saias e os vestidos longos e rodados; a segunda entrevistada pode estar se baseando até no vestido de cinderela que é bastante rodado e azul. Dessa forma, notamos a influência das princesas clássicas no autoconceito ideal das entrevistadas que, por terem uma imagem tão forte de tais personagens, mesmo com toda moda contemporânea, ainda se veem com vestidos de contos de fada.

Em meio as respostas das entrevistadas que vestiriam um vestido de princesa, uma

resposta específica se sobressaiu:

*“Como a Kate Middleton. Acho que “vestido de princesa” só em contos de fadas e ocasiões especiais como um casamento ou festa de 15 anos.”* (E6, 28 anos, designer)

Ao responder como se vestiria se fosse princesa, a entrevistada associa sua idealização de personalidade com a Duquesa de Cambridge, Kate Middleton, casada com o príncipe Willian, neto da rainha Elizabeth. Ou seja, ela buscou uma imagem contemporânea para basear a sua construção de autoconceito, porém, mesmo com essa imagem atual, ela ainda cogita a possibilidade de vestir um vestido clássico de princesa, em determinadas ocasiões.

Entre as respostas que escolheram ser apenas contemporâneas, podemos destacar:

*“Me vestiria divinamente kkk, com tudo que teria direito, porém, de acordo com o mundo contemporâneo.”* (E2, 22 anos, advogada)

*“Elegante, mas confortável. Preferiria prezar por ambos, conforto e beleza.”* (E5, 21 anos, nutricionista)

*“[...] se eu fosse uma princesa aqui no Brasil, acho que me vestiria normal, talvez de uma maneira mais formal, mas não com aqueles vestidos rodados com coroa e tal.”* (E8, 29 anos, estudante)

Estas entrevistadas constroem seu autoconceito na estética do mundo contemporâneo, sem visar os elementos constituintes de um figurino de princesa clássica, como a coroa e os vestidos rodados. Dessa forma, a simplicidade, junto com a elegância, é o que mais é prezado por elas. O conforto também é um elemento fundamental para elas, tendo em vista que os figurinos de princesas quase sempre usam espartilhos, os vestidos são longos, às vezes de tecidos pesados, como o veludo, de forma que não proporcionam nenhum conforto para quem o veste. Por isso elas preferem se ver com roupas mais simples, sem muitos adornos.

## 5. Considerações Finais

Os principais achados mostram que o conto dos irmãos Grimm e a primeira animação da Disney trouxeram imagem de mulher frágil, delicada, romântica, inocente. Já a releitura, trouxe uma mulher bastante diferente das que vimos nas versões clássicas, em *A Branca de Neve e o Caçador* (2012), vemos a representação de uma mulher forte, destemida, heroína de si e de todos a sua volta. Do mesmo jeito que as princesas dos contos de Grimm definiram valores que ajudaram a moldar o comportamento das mulheres no passado, são notáveis as mudanças sobre a visão da sociedade em relação à mulher, tanto, que esta mudança refletiu na releitura de filmes como o já citado *A Branca de Neve e o Caçador*, no qual a mulher contemporânea não se vê mais como uma personagem frágil e dependente, essa mulher, apesar de ainda sonhar com seu vestido de baile, também usaria uma armadura que lhe deixasse mais forte e destemida conforme identificado no discurso das consumidoras sobre a sua dinâmica de consumo de construção de sua aparência/identidade de moda com o ideal das princesas e que proporciona identificar o autoconceito social ideal como maior influenciador do processo. O autoconceito social ideal é mais do que ser aceita, é sobre ser admirada. Assim percebemos que essa mesma mulher continua delicada e romântica, mas independente e capaz de lutar por si mesma o que é explicado pela (re)construção social do significado do feminino que tanto influencia os textos culturais como é influenciado por eles.

## Referências

- A BRANCA DE NEVE E OS SETE ANÕES (*Snow White and the Seven Dwarfs*). Direção: David Hand, William Cottrell, Wilfred Jackson, Larry Morey, Perce Pearce e Ben Sharpsteen. **Produção: Walt Disney**. Walt Disney Productions, 1937. 83 min, cor.
- ANDRIEVSKIKH, Natalia. Food Symbolism, Sexuality, and Gender Identity in Fairy Tales and Modern Women's Bestsellers. **Studies in Popular Culture**, v. 37, n. 1, p. 137-153, 2014.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições70, 2006.
- BAUDRILLARD, Jean. **Simulacro e Simulações**. Lisboa: Relógio D'Água, 1991
- BEZERRA, Amílcar Almeida; MIRANDA, Ana Paula de. **Despindo Ana Karenina**. Revista Latino Americana de Estudos em Cultura, 2014. Disponível em: <<http://www.pragmatizes.uff.br>>. Acesso em: 03 de jun. de 2015.
- BRANCA DE NEVE E O CAÇADOR (*Snow White and the Huntsman*). Direção: Rupert Sanders. Joe Roth. **Produção: Universal Pictures**, 2012. 129 min, cor.
- BELK, Russel. Possessions and the extended self. **Journal of consumer research**. v. 15, September 1988
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social / Antonio Carlos Gil**. - 6. ed. - São Paulo : Atlas,. 2008.
- GRIMM, Jacob; GRIMM, Wilhelm (1938). **Snow White and the Seven Dwarfs**. Trad. Wanda Gág. Minnesota Heritage Book Series. Minneapolis London: University of Minnesota Press, 2004.
- KAISER, Susan. B. **The social psychology of clothing: symbolic appearances in context**. 2. ed., New York: Fairchild Publications, 1998
- MALÉVOLA (*Maleficent*). Direção: Robert Stromberg; Roteiro: Linda Woolverton e Paul Dini. **Produção: Wall Disney e Buena Vista Estúdios**, 2014. 97 min, cor.
- MENDES, Aline Rocha. et. al. **Autoimagem, Autoestima e Autoconceito: Contribuições Pessoais e Profissionais na Adolescência**. 9º Seminário de Pesquisa da Região do Sul, 2012.
- ROZARIO, Rebecca-Anne C. do. **Fashion in the fairy tale tradition: what Cinderella wore**. Melbourne: Pallgrave McMillan, 2018.
- SANDIKCI, Öslem, & GER, Guliz. (2010). Veiling in style: how does a stigmatized practice become fashionable?. **Journal of Consumer Research**, 37(1), 15-36.
- SIRGY, Joseph M. Self-Concept in Consumer Behavior: A Critical Review. **Journal of Consumer Research**, vol. 9(3), pp. 287-300, 1982.
- SHORT, Sue. **Fairy tale and film: Old tales with a new spin**. London: Palgrave McMillan, Springer, 2015.
- SLATER, Don. **Cultura do Consumo & Modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.
- SOLOMON, Michael R. **O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo / Michael R. Solomon**; trad. Lene Belon Ribeiro. – 5.ed. – Porto Alegre: Bookman, 2002.