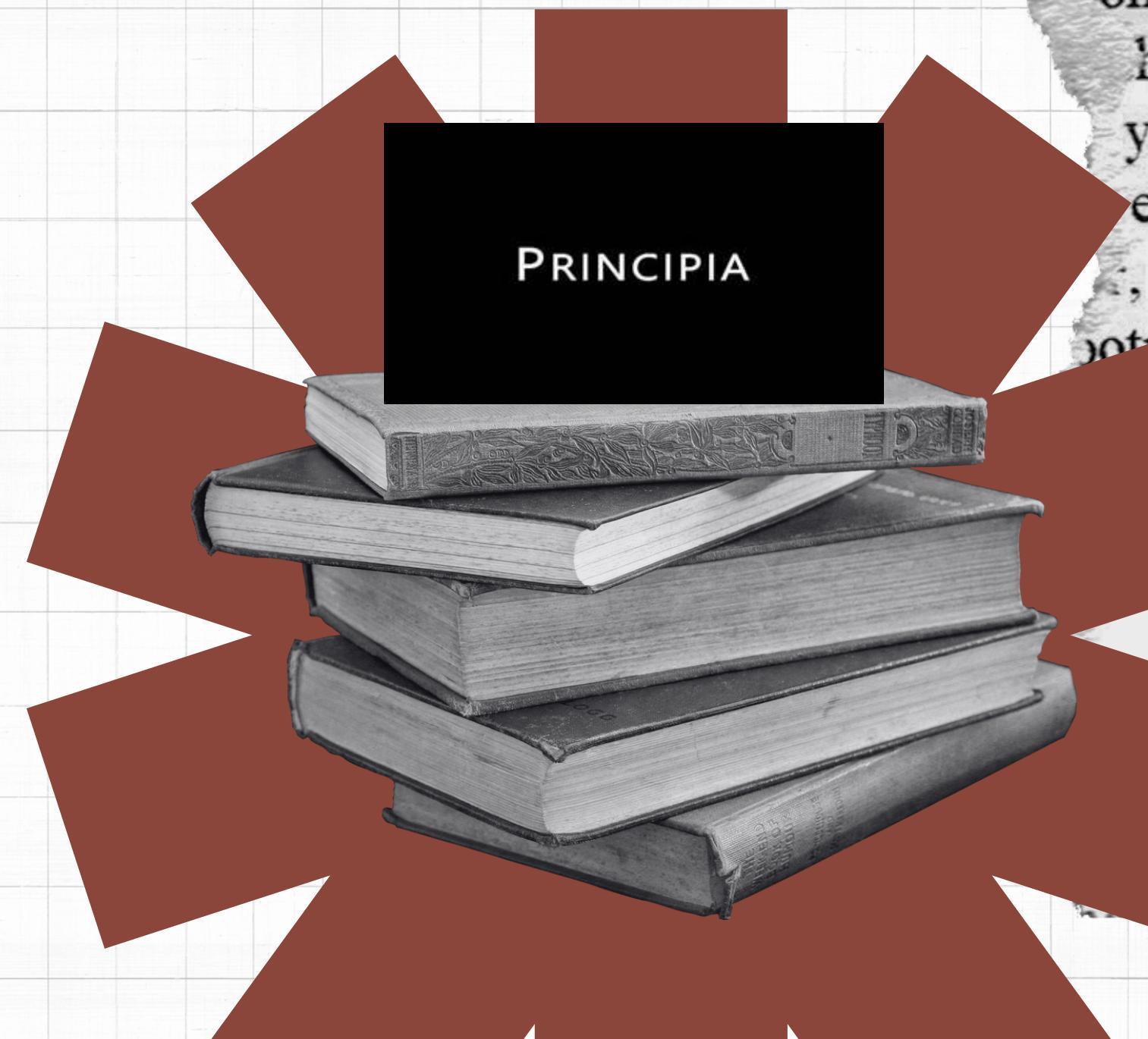


CONSUMO, INTERSECCIONALIDADE E REPRESENTAÇÕES FEMININAS NA PUBLICIDADE DE BELEZA NAS REDES SOCIAIS DIGITAIS

• MARYJANE OLIVEIRA E DOROTEA BASTOS
• MESA 6 – TECNOLOGIA, INOVAÇÃO E
MERCADOS • CONGRESSO MEI STUDIES
2025



AUTORAS

DOROTEA BASTOS-DOUTOR EM COMUNICAÇÃO
E CULTURA CONTEMPORÂNEA (UFBA) E EM
MÉDIA-ARTE (UAB/UAIG, EM CO-TUTELA).
MARYJANE OLIVEIRA- MESTRE EM ADM
ESTRATÉGICA



CONTEXTO

- A PUBLICIDADE DE BELEZA REFLETE CONSUMO, IDENTIDADE E PERFORMANCE.
- REDES SOCIAIS CONSTROEM SUBJETIVIDADES FEMININAS E REFORÇAM DESIGUALDADES.
- OBJETIVO: COMPREENDER AS REPRESENTAÇÕES E INTERSECCIONALIDADES DO CONSUMO.

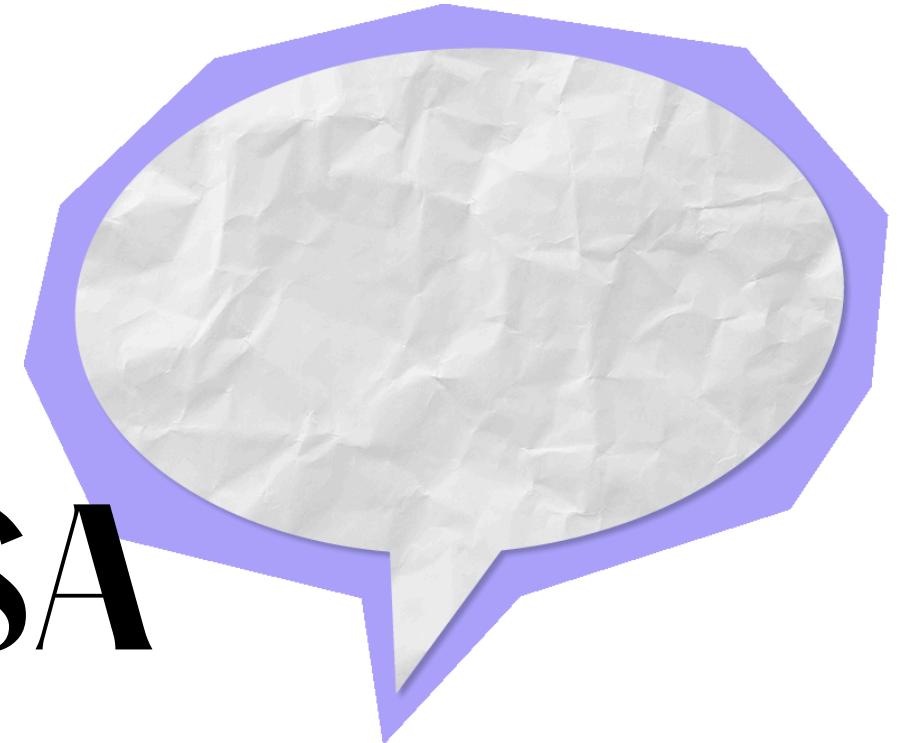


REFERENCIAL TEÓRICO

- INTERSECCIONALIDADE (CRENSHAW, AKOTIRENE)
 - CULTURA E REPRESENTAÇÃO (HALL)
- CONSUMO E DISTINÇÃO (BOURDIEU, CANCLINI)
- BELEZA E CONTROLE (WOLF, LIPOVETSKY)



QUESTÕES DE PESQUISA



- COMO O DISCURSO PUBLICITÁRIO REPRESENTA AS MULHERES NAS REDES SOCIAIS?
- QUAIS MARCADORES DE GÊNERO, RAÇA E CLASSE APARECEM NESSAS NARRATIVAS?
- COMO A INTERSECCIONALIDADE EXPLICA DINÂMICAS DE CONSUMO E EXCLUSÃO?

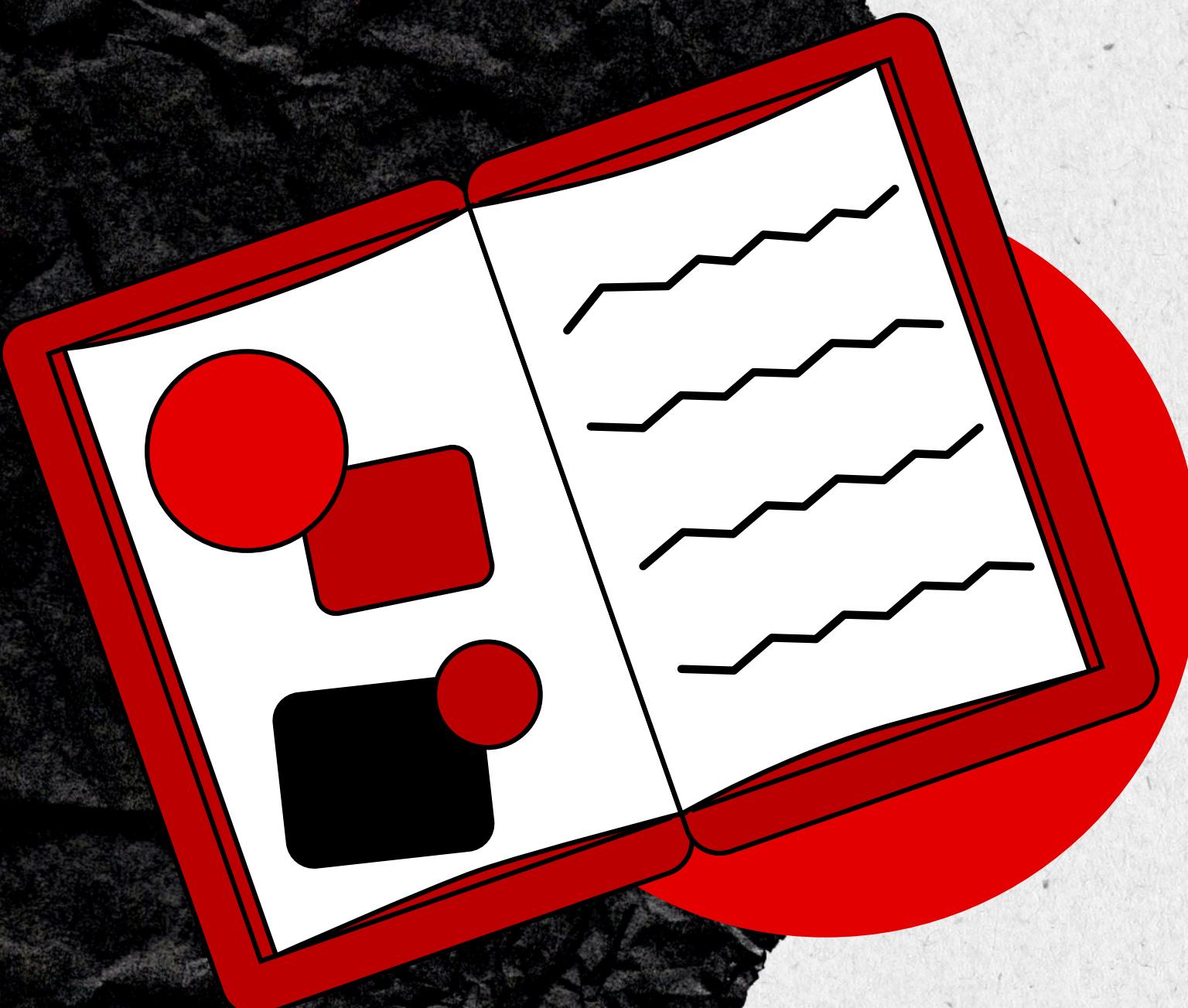
METODOLOGIA

**ANÁLISE DE CONTEÚDO (BARDIN, 2011) COM
ATLAS.TI 9.**

- CORPUS: 33 PUBLICAÇÕES DA MARCA PRINCIPIA NO INSTAGRAM (DEZ/2023 A MAR/2024).
- CRITÉRIOS: GÊNERO, RAÇA, CLASSE SOCIAL E IDADE.



RESULTADOS GERAIS

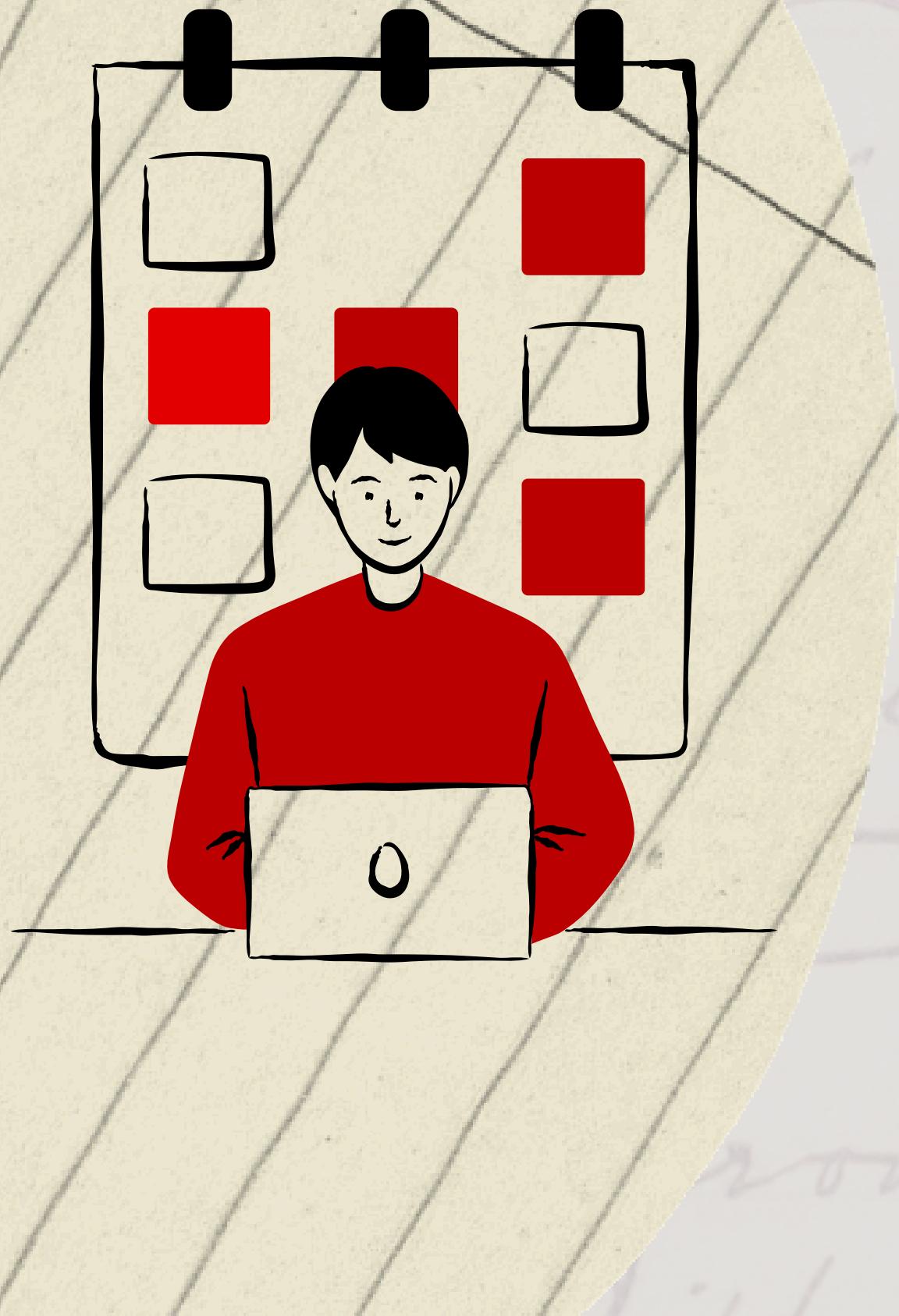


PREDOMINÂNCIA DE MULHERES BRANCAS JOVENS (72%).

- REPRESENTAÇÕES DE MULHERES NEGRAS (14%) E MESTIÇAS (17%) MINORITÁRIAS.
- IDENTIFICAÇÃO COM PÚBLICO DE CLASSE MÉDIA URBANA DO SUDESTE/SUL.
- AUSÊNCIA DE DIVERSIDADE ETÁRIA E REGIONAL.

DISCUSSÃO

- INCLUSÃO NARRATIVA, MAS NÃO ESTRUTURAL.
- INTERSECCIONALIDADE REVELA QUEM É VISÍVEL E QUEM É APAGADO.
- CONSUMO DIGITAL COMO MECANISMO DE DISTINÇÃO SOCIAL E RACIAL.



CONCLUSÕES

- PUBLICIDADE DE BELEZA AINDA REFORÇA EXCLUSÕES HISTÓRICAS.
- INTERSECCIONALIDADE MOSTRA CONTRADIÇÕES ENTRE DISCURSO E PRÁTICA.
- NECESSIDADE DE COMUNICAÇÃO MAIS PLURAL E DECOLONIAL.
- “A BELEZA SÓ É DEMOCRÁTICA QUANDO TODAS AS MULHERES PODEM SE VER NELA.”



✗ ✗ ✗ ✗

MUITO OBRIGADA, MEI STUDIES

maleluia@gmail.com

doroteabastos@gmail.com

