

**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



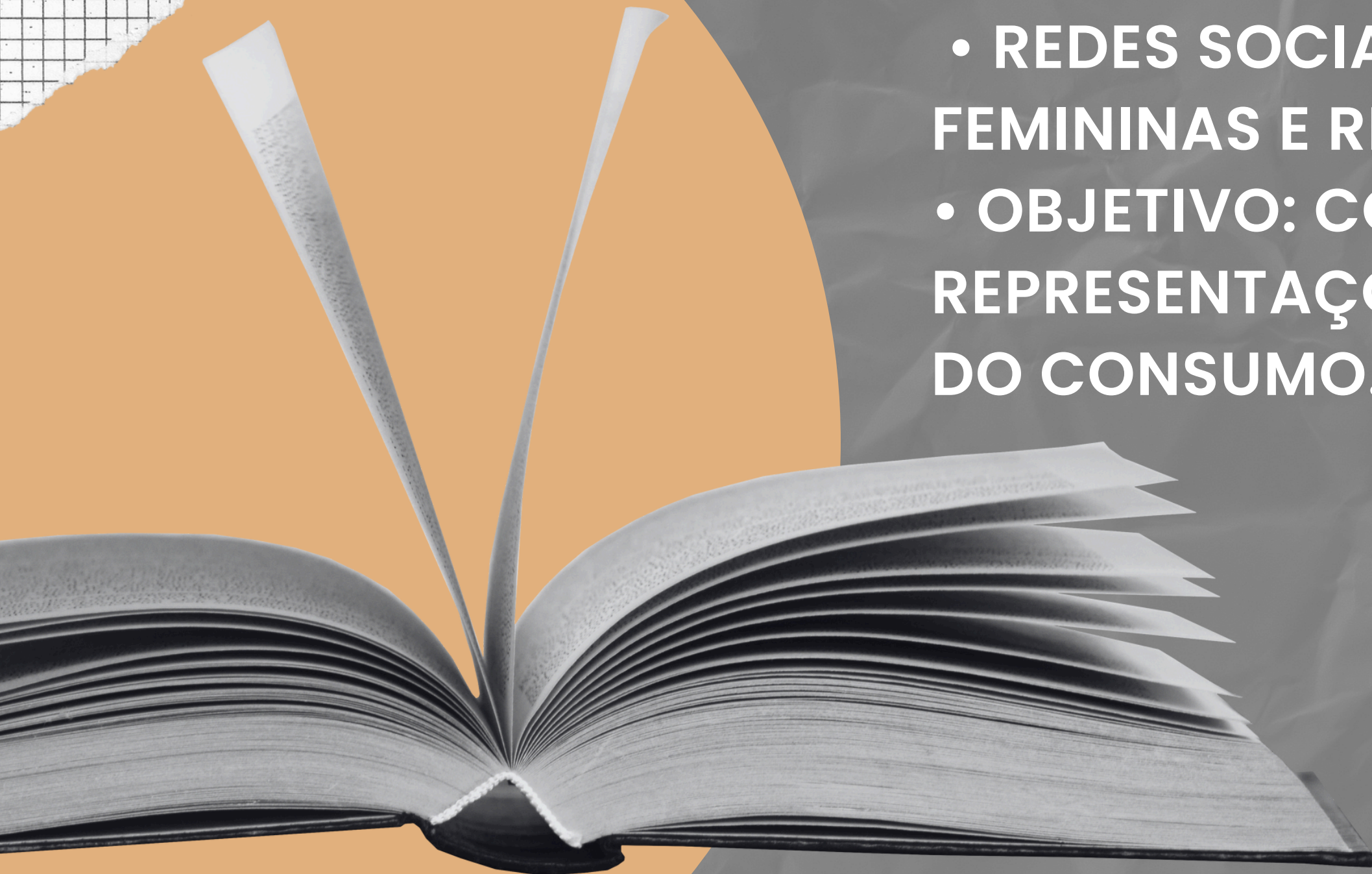
AUTORAS

**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.

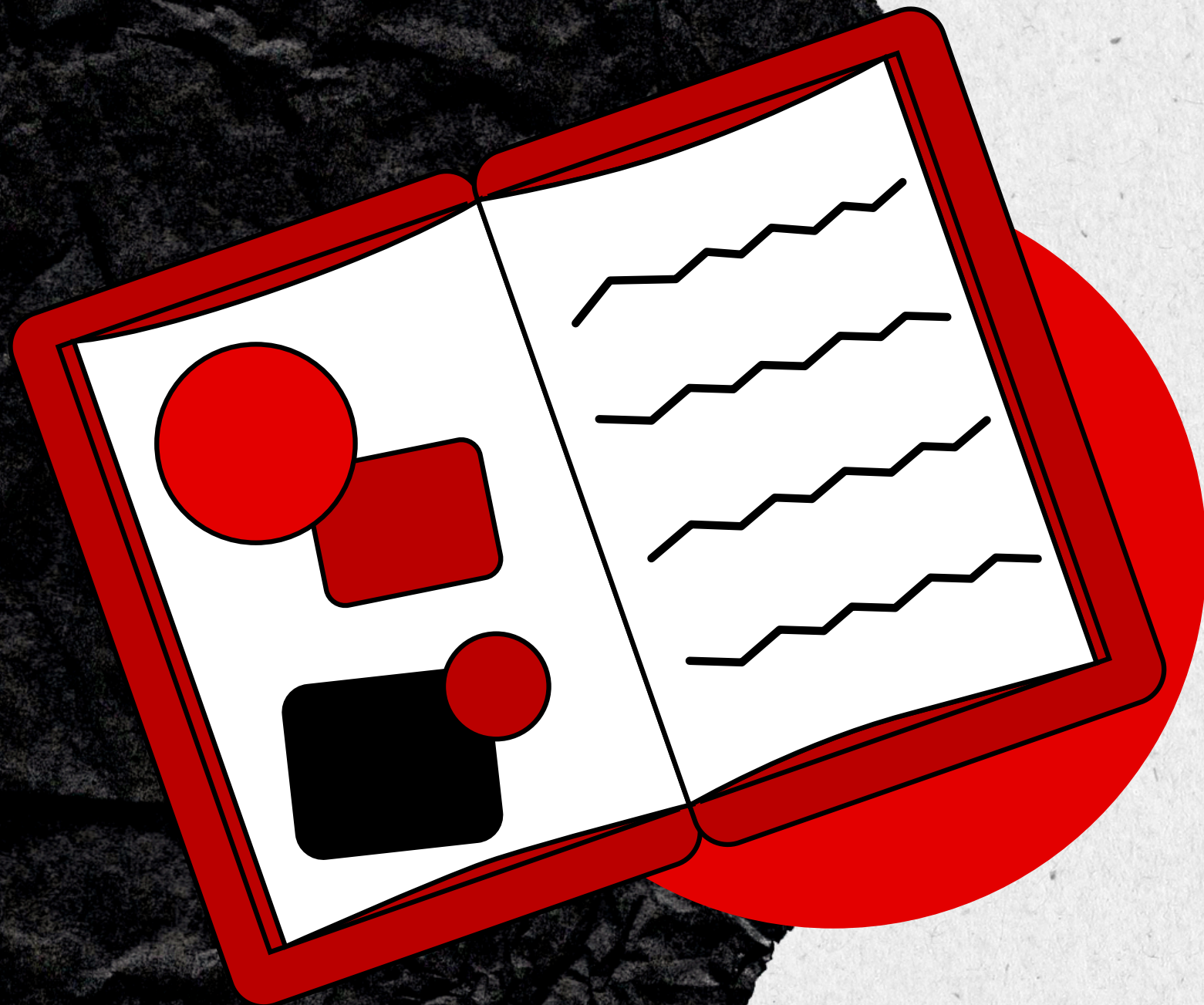
- **CORPUS: 33 PUBLICAÇÕES DA MARCA PRINCIPIA NO INSTAGRAM (DEZ/2023 A MAR/2024).**
- **CRITÉRIOS: GÊNERO, RAÇA, CLASSE SOCIAL E IDADE.**



RESULTADOS GERAIS

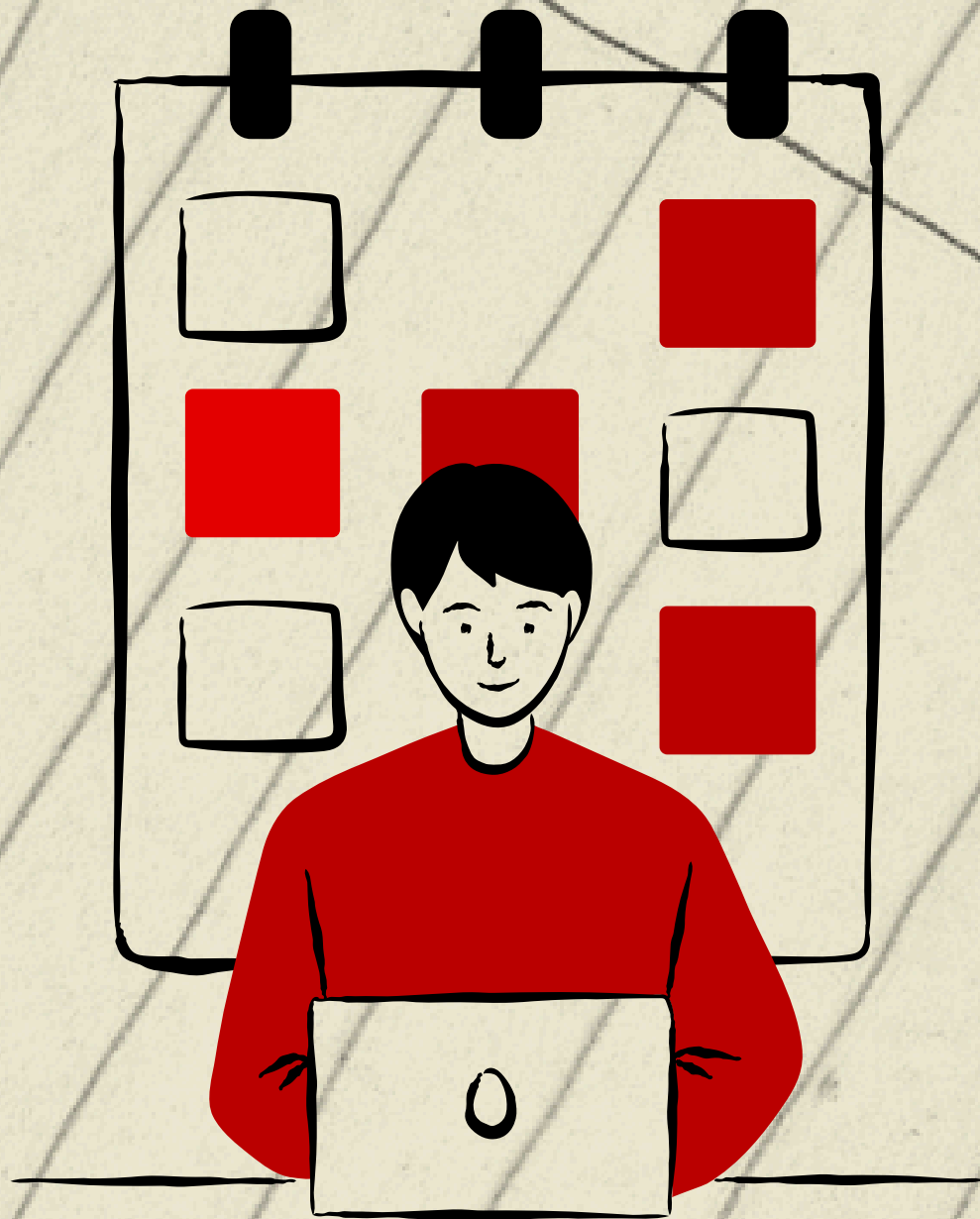
PREDOMINÂNCIA DE MULHERES BRANCAS JOVENS (72%).

- **REPRESENTAÇÕES DE MULHERES NEGRAS (14%) E MISTIÇAS (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

