

INFLUENCIADORAS DIGITAIS: UM ESTUDO SOBRE AS REPRESENTAÇÕES DA MULHER NAS MÍDIAS DIGITAIS

Aline Hanae Kanazawa, Aluna do 3º período de Comunicação Digital na FAE Centro Universitário. Prof. Me. Bruna Dancini Godk, Orientadora da pesquisa, Mestre em Estudos Literários pela Universidade Federal do Paraná. Professora do curso de Comunicação Digital. Larissa Bello dos Santos, Aluna do 3º período de Gestão Financeira na FAE Centro Universitário.

Contato: brunadancini@gmail.com

RESUMO

O fenômeno digital identificado como influenciador, mesmo recente, causa impactos profundos, influenciando como as pessoas se comportam e se identificam. Essa mudança desafia a hegemonia dos meios oficiais de comunicação no papel de ditar o que são figuras ideais. A partir de tal contexto, este estudo tem por objetivo mapear as diferentes formas de representação da mulher promovidas por influenciadoras digitais brasileiras. Para tanto, desenvolvemos inicialmente uma leitura sobre a teoria feminista e papéis de gênero. Em seguida, fizemos um levantamento do conteúdo produzido pelas influenciadoras mais significativas no cenário brasileiro. Após a coleta de dados, realizamos o mapeamento das áreas de atuação dessas personalidades, buscando estabelecer quais nichos são permeados. Por fim, produzimos estatísticas acerca dos temas mais recorrentes, acompanhadas de uma reflexão sobre o reforço ou não de papéis de gênero tradicionais nesses temas. Nossas principais conclusões apontam para algumas mudanças no que tange à liberdade da mulher quanto ao entretenimento e à importância do matrimônio na construção do indivíduo. Por outro lado, há uma manutenção do status quo no que concerne ao coquetismo e à associação da beleza à saúde.

PALAVRAS-CHAVE: Influenciador Digital. Papel de Gênero. Estudos Midiáticos. Mídias Sociais. Representação de Gênero.