

UM ESTUDO SOBRE A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS NAS PRÁTICAS DE CONSUMO DAS MULHERES DE GUAÍUBA – CE

Jéssica Aires da Silva¹, Ana Paula Rabelo e Silva²

Resumo: A presente pesquisa em andamento busca compreender as práticas de consumo das mulheres de classes B e C, da cidade de Guaiúba-CE, que utilizam a rede social Facebook. Restringimos a pesquisa apenas ao consumo de roupas e calçados, uma vez que, por meio de observação simples, identificamos significativa influência que as marcas destes produtos exercem sobre as consumidoras que possuem cadastro ativo nesta rede social. Compreendemos, assim como Bauman (2000), que estamos suscetíveis ao intenso consumo do descartável, também em decorrência da influência provocada por estratégias de divulgação de um modo de vida, associado a um modo de consumo, que materializa o acesso ao bem por meio da comunicação “fast” alimentada pelas redes sociais. A pesquisa completa, de cunho qualitativo, busca fazer uma análise da cultura de consumo de 20 mulheres, de 18 a 28 anos, moradoras da cidade de Guaiúba - CE, por meio de questionários coletados pela internet, além de coleta de postagens e de depoimentos realizados pelas mulheres que se propuseram a colaborar. Nesta etapa da investigação, exibimos os dados dos depoimentos de seus perfis de facebook, com ênfase para as fotos de *looks* e indicação de lojas onde adquiriram o produto (quando há).

Palavras-chave: Consumo. Rede social. Mulheres.

¹ Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, Instituto de Letras e Humanidades, e-mail: jessica.aires02@hotmail.com

² Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira, Instituto de Letras e Humanidades, orientadora, e-mail: anarabelo.p@unilab.edu.br