



ME ENROLA: UMA ANÁLISE DO COMPORTAMENTO DE CONSUMO DAS MULHERES COM CABELO CACHEADO.

Pesquisador(es): MELO, Adaiane Marinho de; LESNIESKI, Marlon Sandro;

Curso: Comunicação Social – habilitação em Publicidade e Propaganda

Área: Área das Ciências Sociais

Resumo: Com a evolução da humanidade as necessidades básicas foram alimentadas e transformadas, onde a publicidade cria e alimenta um ciclo no comportamento dos consumidores, que acompanham essas mudanças. Uma notável mudança é perceptível em relação ao público feminino, destacando-se aqui as mulheres com cabelos cacheados, onde a publicidade passou a dar maior ênfase a este segmento. Essa pesquisa teve como objetivo central identificar quais eram os processos de decisão de compra dos produtos destinados aos seus cabelos, por consequência identificar como estas identificam a devida representação que lhes é dada na mídia. Utilizamos uma abordagem metodológica qualitativa, sendo de cunho descritivo, utilizando como procedimento de coleta de dados o questionário. Concluímos que a representação da mulher na publicidade sempre esteve ligada a aspectos culturais, onde estereótipo foram criados e reproduzidos por diversos anos, e que agora com diversas lutas e conquistas dos movimentos feministas essas mulheres ganham espaço nas mídias. Podendo assim mudar este cenário, criando e apresentando discursos de empoderamento que proporcionam benefícios às mulheres.

Palavras-chave: Comportamento. Consumo. Mulher. Feminismo. Mídia.

E-mails: adaianemarinho@gmail.com; marlon.lesnieski@unoesc.edu.br