



PARECER B

Artigo ID: 21768

Completo em: 2024-10-20 09:02 PM

Recomendação: Aceitar

O artigo aborda o funcionamento do mercado de cirurgia plástica estética nas redes sociais e a inflexão de influenciadoras digitais nesse mercado tão bem como emoções mobilizadas na divulgação desse produto. O texto destaca o tom de familiaridade utilizado nas publicações ao criar sensação de reciprocidade influenciadoras/público. Traz revisão bibliográfica atualizada assim como dados objetivos desse mercado no Brasil. É necessária uma revisão do texto que contém alguns erros. Resumo: trazer com mais detalhe no resumo a metodologia empregada na análise, citando o software Orange para a nuvem de palavras. A seguir sugestões de modificação que podem aprimorar a argumentação do texto. Embora o texto anuncie uma análise a partir da Sociologia Econômica, deixa de fora obra de Bourdieu, As estruturas sociais da economia, a qual tem relação com a temática do artigo. Bourdieu explora na análise do mercado de casas próprias os efeitos poéticos da propaganda. Segundo o autor a propaganda serve como uma célula de captura que conquista o gosto do consumidor, há um processo de encantamento. No artigo igualmente as fotos das influenciadoras tem esse efeito de encantamento sugerido por Bourdieu, rever essa análise. O conceito de capital estético é apresentado mas não demonstrado no artigo e carece de uma análise mais profunda, sugiro deixar como pista de pesquisa futura.