



COMUNICON2018
congresso **internacional**
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Princesas de Ontem e de Hoje: ressignificações da identidade feminina na contemporaneidade.¹

Maria Giselda da Costa VILAÇA²
Faculdade Boa Viagem – FBV-DeVry

Marcia Perencin TONDATO³
PPGCom-ESPM

Resumo

As Princesas Disney representam a identidade feminina e refletem a evolução da mulher nos contextos sociohistóricos onde foram criadas. Elas estão sendo ressignificadas, como pode ser visto nos sites de redes sociais, espaços onde perfis são criados de acordo com interesses diversos. Nosso objetivo é mapear essas ressignificações a partir de perfis de princesas no Facebook, com o intuito de analisar os seus elementos constituintes, em busca de sinalizadores de uma representação da identidade feminina na contemporaneidade. Para isso, apoiamos-nos em teorias sobre identidade feminina e em como elas são construídas a partir dos meios de comunicação.

Palavras-chave: Princesas; Identidade feminina; Redes Sociais; Ressignificação.

Para começo de conversa

As princesas Disney fazem parte de um seleto grupo de preferências de toda menina. Desde que surgiu a primeira princesa Disney, Branca de Neve, em 1937, percebe-se que ela representa a identidade feminina no contexto social onde foram criadas, como pode ser conferido em Breder (2013). Desde que nascem, as meninas começam a ser chamadas de princesas por toda a família, fazendo com que se espelhem em tudo que compõe a aura desses personagens.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho COMUNICAÇÃO, CONSUMO e IDENTIDADE: materialidades, atribuição de sentidos e representações midiáticas, do 7º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 10 e 11 de outubro de 2018.

² Publicitária, Mestre em Linguística e Professora dos cursos de Publicidade e Propaganda, Jornalismo e Design da FBV-DeVry, pesquisadora do GP-CNPq Comunicação, Consumo e Identidades Socioculturais (CICO), PPGCom-ESPM. Email: giseldavilaca@gmail.com

³ Doutora em Comunicação pela ECA-USP. Docente do PPGCom-ESPM. Líder do GP- CNPq Comunicação, Consumo e Identidades Socioculturais (CiCO), PPGCom-ESPM. Email: mtondato@espm.br.



Entretanto, nem só com princesas sonham as meninas atualmente. Na esteira das consequências das lutas feministas, um termo que também sofreu transformações desde as simbólicas manifestações dos anos 60, falando-se hoje em “correntes dentro do feminismo”, também as “princesinhas” assumem novos posicionamentos. A palavra de ordem é “empoderamento” feminino, significando que as mulheres na atualidade estão mudando as suas atitudes, assumindo-se mais explicitamente como sujeitos de seus cotidianos, suas carreiras, os espaços públicos, numa perspectiva crítica sobre o que querem, manifestando-se contra o que lhes dita a sociedade ou o mercado de consumo. As identidades estão sendo abordadas sob uma nova perspectiva, como discutido por Vilaça e Tondato (2016), refletidas na posição da mulher no mercado profissional, além da desmistificação do príncipe encantado, interesse deste artigo.

Observando alguns perfis de princesas na rede social Facebook, percebe-se que elas estão com “nova roupagem” e não somente repercutindo as histórias dos contos originais. Os sites de redes sociais – SRSs, são espaços onde as pessoas interagem e criam perfis de acordo com os seus interesses, sejam reais ou fictícios. Dentre as redes sociais mais populares⁴, o Facebook é a que tem maior número de usuários no Brasil – 130 milhões (COSTA, 2016), e onde, em nossas buscas, encontrou-se o maior número de perfis de princesas que interessam a esse estudo. Elas são desconstruídas e, às tradicionais princesas da Disney – por sua vez inspiradas nos contos de Perrault e dos Irmãos Grimm – são atribuídas novas identidades.

Reconhecendo que a criação de um perfil nos SRSs tem implicações muito mais amplas, nesse trabalho o objetivo é mapear as ressignificações dessas princesas na atualidade com o intuito de analisar os elementos constituintes de suas identidades, refletidas em seus perfis, em busca de sinalizadores de uma representação da identidade feminina na contemporaneidade.

Princesas Disney

Os filmes de princesas Disney começaram a ser lançados em 1937, com Branca de Neve e os Sete Anões, como releituras dos contos de fadas existentes. Desde então, foram lançados 12 filmes, com 13 princesas no total (LOPES, 2015). Porém, as duas últimas, Anna e Elsa (que não é princesa e sim rainha), do filme “Frozen: Uma Aventura Congelante” não fazem parte da franquia das princesas

⁴ As dez redes sociais mais populares no Brasil são: Facebook, WhatsApp, YouTube, Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Google+, Messenger, Snapchat (COSTA, 2016).



Disney e, por isso, não serão consideradas nessa pesquisa. Há também a princesa Moana, guerreira e empoderada (GALEANO, 2017), recém-lançada pelos estúdios que, assim como a Ana de Frozen, ainda não foi “coroadada” princesa pela Disney.

A franquia Disney Princesa⁵, de propriedade da *The Walt Disney Company* (DISNEY, 2012), foi criada em 1990 por Andy Mooney, presidente da *Disney Consumer Products*, mas só a partir de 2002 é que os produtos foram distribuídos mundialmente. Disney Princesa inclui os personagens femininos de ficção que foram exibidos em dez filmes de animação da própria Disney e mais um da empresa Pixar. Atualmente são onze personagens de princesas, entre filhas de reis, por casarem com príncipes ou ainda por algum ato heroico praticado, que respondem a estes critérios⁶.

Das onze princesas que compõem a franquia (Figura 1), oito são consideradas princesas clássicas – Branca de Neve, Cinderela, Aurora, Ariel, Bela, Jasmine, Pocahontas, Mulan - e três fazem parte da nova geração de princesas – Tiana, Rapunzel, Merida – que adquiriram notoriedade a partir dos filmes da Disney⁷, como pode ser conferido no Quadro 1. Porém, Breder (2013, p.10) divide-as em três grupos: “as clássicas (Branca de Neve, Cinderela e Aurora), as rebeldes (Ariel, Bela, Jasmine, Pocahontas e Mulan) e as contemporâneas (Tiana, Rapunzel e Merida)”.

Figura 1 – Princesas Disney



Fonte: Disney Princesa (2018).

⁵ Disney Princess – princess.disney.com

⁶ Lista de Princesas da Disney. Disponível em: <http://pt-br.disneyprincesas.wikia.com/wiki/Lista_de_princesas_da_Disney>. Acesso em: 30 mar.2018.

⁷ Um exemplo é Rapunzel que, embora também um conto clássico dos Irmãos Grimm, de 1812, só passou a constar do imaginário mais recente de princesas a partir do filme produzido pela Walt Disney Pictures em 2010, intitulado *Tangled*.



Quadro 1 – Princesas e suas histórias

PRINCESAS/FILMES	ANO DE NASCIMENTO	PRINCESA POR NASCIMENTO OU CASAMENTO	HISTÓRIA	
Branca de Neve (Branca de Neve e os Sete Anões)	1937	Nascimento	Invejada pela madrasta, é expulsa do castelo e vai morar com os sete anões.	Princesa clássica
Cinderela (Cinderela)	1950	Casamento	Primeira princesa loira, era empregada da madrasta e se casa com o príncipe.	Princesa clássica
Aurora (A Bela Adormecida)	1959	Nascimento	Viveu na floresta, adormecida, foi criada por um trio de fadas e despertada por um príncipe.	Princesa clássica
Ariel (A Pequena Sereia)	1989	Nascimento e casamento	Filha de reis, princesa legítima abaixo d'água e acima pelo casamento com o príncipe Eric.	Princesa clássica
Bela (A Bela e a Fera)	1991	União sem casamento	Filha de camponeses, termina com a fera que é um príncipe, mas não são vistos se casando.	Princesa clássica
Jasmine (Aladdin)	1992	Nascimento	A primeira princesa não-caucasiana, árabe. Casa-se com Aladdin.	Princesa clássica
Pocahontas (Pocahontas)	1995	Discutível – filha de chefe indígena	Primeira princesa Disney da América do Norte.	Princesa clássica
Mulan (Mulan)	1998	Guerreira com status de princesa	Chinesa, casa-se com um guerreiro.	Princesa clássica
Tiana (a Princesa e o Sapo)	2009	Casamento	Primeira princesa afro-americana, que beijou um sapo e o transformou em príncipe.	Nova geração
Rapunzel (Enrolados)	2010	Nascimento	Foi sequestrada dos pais, viveu numa torre isolada por 18 anos. Seu par romântico era um ladrão de rua.	Nova geração
Mérida (Valente)	2012	Nascimento	Não tem interesse amoroso, pelo menos por enquanto.	Nova geração

Fonte: DISNEY (2012). Formatação das autoras.

Tomando como base o estudo de Breder (2013), Lopes (2015) define os três grupos de princesas. Para a autora, “as princesas clássicas são mulheres enaltecidas, idolatradas, idealizadas pelos homens segundo o perfil ‘esposa-mãe-dona-de-casa’, cujo único objetivo é encontrar o amor verdadeiro e, a partir daí, dedicar-se à sua única razão de viver: cuidar do marido, dos filhos e da felicidade da família” (LOPES, 2015, p.42). São mulheres submissas e frágeis que ficam à espera do príncipe encantado para serem felizes. Ao contrário delas, as princesas rebeldes são contra as regras a elas impostas e buscam independência, libertando-se do conformismo. Essa rebeldia pode ser percebida como uma mudança de valores na sociedade, fugindo ao estereótipo da “mulher do lar” e garantindo



um novo modelo feminino no qual são protagonistas de suas próprias vidas. De acordo com Lopes (2015, p.45) “as princesas rebeldes não mais sonham com o príncipe encantado e vivem à espera do amor verdadeiro para serem felizes. Elas vivem as próprias vidas e, como parte da vida, se apaixonam e vivem um grande amor.” Já as princesas contemporâneas são independentes, seguras de si, objetivas e buscam no amor relações de cumplicidade e complementaridade. Elas buscam o equilíbrio entre sua individualidade e as emoções, mesmo que revisitem alguns valores tradicionais.

Breder (2013) observa que na década de 1990, com a globalização, a Disney começou a trazer princesas fora do padrão clássico dos contos de fadas e de diferentes etnias, com o objetivo de ampliar o seu público e fomentar a venda dos seus produtos (CECHIN, 2014). Surgiram Bela - apaixonada por livros, Jasmine – princesa árabe que se recusa a casar por ordem do pai, Mulan – oriental que vai à guerra em lugar do pai e para isso usa vestes masculinas, Pocahontas – índia que se apaixona por um homem branco e enfrenta as leis da sua tribo. “O que todas trazem em comum são personalidades fortes, histórias onde enfrentam as regras e mudam seu próprio destino”, comenta Breder (2013, p.35). Percebe-se, com isso, que as princesas são criadas no contexto sociohistórico vigente e que os filmes refletem a evolução das mulheres na sociedade, desde a “donzela resgatada por um príncipe idealizado à aventureira que não quer se casar. Da dona de casa à dona de seu próprio restaurante. Da moça que vai ao baile até a moça que vai à guerra” (BREDER, 2013, p.64).

Isso, entretanto, não significa um rompimento com o paradigma da felicidade a partir do casamento ideal. Como pontua Cechin (2014, p. 143), a princesa Tiana, ainda que seja uma profissional de sucesso, independente e determinada em “A Princesa e o Sapo”, “o amor romântico e a união com a figura masculina ainda são exaltados”.

Mídia e Identidade feminina

As adaptações cinematográficas das princesas pelos estúdios Disney na primeira metade do século XX ajudaram a consolidar a representação feminina na sociedade e os seus ideais românticos de amor e o papel de esposa passiva e subserviente (TOMÉ; BASTOS, 2011). Contudo, esse cenário aos poucos vem sendo alterado, com a representação de princesas cujas vidas e ideais vão além da existência de um príncipe. Cada vez mais é perceptível uma crescente valorização de aspectos constitutivos de uma identidade social feminina, direcionados para uma transformação do estereótipo de submissão, dos padrões estabelecidos de masculinidade e feminilidade (MAJOLO, [201-?]).



Em um contexto de sociedade midiaticizada, entendido isso como “o processo pelo qual a sociedade, em um grau cada vez maior, está submetida a ou torna-se dependente da mídia e de sua lógica” (HJARVARD, 2012, p. 64), concordamos também com Martino (2010) quando diz que os vínculos de identidade têm sido construídos e representados a partir da mídia, citando Yvone Tasker e Diane Negra (2007) que afirmam que “os discursos de entretenimento e da mídia são espaços de construção das imagens da mulher na atualidade tanto quanto a literatura, especialmente os romances, tem sido desde um passado recente” (MARTINO, 2010, p. 123).

Na opinião das mesmas autoras, é necessário procurar nos discursos da mídia “as pistas para se compreender as representações do feminino, os espaços ocupados, [...] e de que maneira essas representações se relacionam com a realidade das condições de vida dos vários grupos de mulheres na atualidade” (MARTINO, 2010, p.124). Martino nos lembra ainda dos quadrinhos clássicos que apresentavam as mulheres como coadjuvantes e mocinhas indefesas a serem salvas pelo herói da trama. Uma representação que vem se alterando por intervenção da própria mídia que, refletindo e refratando valores e ideias, numa dinâmica dialógica necessária para sua própria manutenção, dissemina personalidades como a cantora Madonna que construiu uma carreira de forma ousada, questionando a vida familiar e o lugar ocupado pela mulher na sociedade, além de provocar discussões sobre temas polêmicos como aborto e gravidez indesejada (MARTINO, 2010).

Ainda no âmbito musical, Tasker e Negra (2007 apud MARTINO, 2010, p.125) chamam a atenção para o discurso inicial de “boa moça” mantida pela cantora americana Britney Spears no começo de sua carreira, que tomou um novo rumo depois do enfrentamento de problemas pessoais, argumentando, as autoras, que os meios de comunicação são lugares de discursos onde “novas identidades podem ser criadas ao mesmo tempo em que as antigas podem ser repensadas – ou mesmo voltam com força”. Retomando o interesse da discussão em curso, a resignificação das princesas a partir do mapeamento dos perfis nos SRSs, reafirmamos com Martino (2010, p.125) que “toda representação é um espaço de ação política, e pensar a maneira como uma identidade é representada é também um modo de observar o que se pensa a respeito de um grupo”.

O Papel da Mulher na Sociedade

O papel da mulher até final do século XIX e início do século XX era focado em cuidar do lar, do marido e dos filhos. Na contemporaneidade, a emancipação feminina e suas conquistas ao longo do



COMUNICON2018
congresso **internacional**
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

século XX provocaram mudanças nas identidades, como aponta Lipovestsky (2000, apud TONIN et al, 2016), e adquiriu outra lógica a partir da igualdade de gêneros, onde os papéis tradicionais combinam-se com as novas configurações sociais. Essa nova mulher é denominada pelo autor como “A Terceira Mulher”, mais independente e senhora de si. Porém, mesmo que tenha se dedicado aos estudos e à carreira, seja mais livre e destemida, ainda permanece no âmago da sua identidade o ideal amoroso (TONIN et al, 2016). A construção dessa identidade consiste em um projeto de vida diferente, redefine sua posição na sociedade e busca uma transformação de uma estrutura social que inclui a família (CASTELLS, 2000).

Lucia Santaella (2008, p.105) afirma que a imprensa é um fator contribuinte para a mudança na identidade feminina na medida em que divulga “padrões de moda, autoestima, autonomia e autenticidade”. Para se impor, a mulher se preocupa com a sua aparência, vaidade e sensualidade, mas se recusa a ser um “ornamento” para o homem. São mulheres que elegem seus próprios valores, mantêm-se fiéis a eles, são mais leves, sem serem frívolas, e para quem “trabalho, lazer e prazer tornam-se inseparáveis do desejo por um espaço de vida por si e para si” (SANTAELLA, 2008, p.110). É nesse contexto que as princesas tomam “novos rumos” e são representadas de maneiras diferentes, reforçando as novas identidades construídas através da mídia.

Princesas repaginadas

As princesas vêm sendo ressignificadas e, em tempos de diversidade, elas já aparecem nos perfis dos SRSs com orientações sexuais diversas (Figura 2), tatuagens (Figura 3), além de novos figurinos (Figura 4).

Figura 2 – Branca de Neve com namorada



Fonte: Ilustrações...(2016)



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Figura 3 – Princesas tatuadas



Fonte: Princesas Tatuadas (2016).

Figura 4 – Princesas em novo visual



Fonte: Princesas da Disney... (2016)

Essas representações são reflexo das novas identidades femininas e do movimento no qual elas desejam se diferenciar dos modelos clássicos de princesas estabelecidos, rompendo padrões e podendo ser “quem quiserem” em seus SRSs, espaço que é usado como ferramenta para construção de novos perfis. Segundo Nóbrega (2010, p.97) “no ambiente da rede, é dada ao indivíduo a liberdade de se afirmar da forma que quiser, de se representar da maneira que deseja e encontrar nas malhas da rede virtual a solidariedade de grupos que o acolhem em sua tribo.”

Por outro lado, ao mesmo tempo em que está em curso esta desconstrução das princesas clássicas, surge a Escola de Princesas, uma categoria de empreendimento de negócios que tem por princípio, e função mercadologicamente trabalhada, orientar meninas, devidamente para lá encaminhadas por seus pais, a assumirem um comportamento estereotipado de princesa. A escola



fornece diversos serviços, entre eles um curso tradicional de três meses que ensina para meninas de quatro a quinze anos os “valores de uma princesa - como humildade, solidariedade e bondade - e como arrumar o cabelo e se maquiar até regras de etiqueta, de culinária e como organizar a casa” (FREITAS, 2016, p.1). Embora a fundadora da escola, a pedagoga Nathalia de Mesquita, afirme que o intuito da escola é fazer com que as “princesas” sejam grandes mulheres e empresárias de sucesso e que consigam superar os desafios da vida, é uma proposta que se apresenta na contramão das proposições contemporâneas em termos de posicionamento social, político, profissional, cultural, identitário, enfim, da mulher, em luta explicitada por sua valorização e conquista de espaços.

Princesas no Facebook

Em uma busca na rede social Facebook sobre o nome “princesa”, descobriu-se vários perfis, dos quais destacamos 23 e, destes, apenas três falam de princesas Disney. Os outros são perfis de princesas com objetivos diversos como pode ser conferido no quadro 2. Com isso, questiona-se até que ponto existe uma banalização do nome “princesa”, uma vez que ele é associado a contextos diferentes dos das princesas clássicas originais e que podem ser modificados conforme surjam outras conjunturas. “As redes sociais são espaços abstratos em que são estabelecidos laços afetivos e representações”, afirma Nóbrega (2010, p. 97). Atualmente as identidades são fluidas, “para usar e exibir, não para armazenar e manter” como pontua Bauman (2005, p.96) e, talvez por isso, “somos incessantemente forçados a torcer e moldar as nossas identidades, sem ser permitido que nos fixemos a uma delas, mesmo querendo”, complementa o autor.

Quadro 2 – Princesas no Facebook

* Só para Pincesas Cristãs	https://www.facebook.com/SoParaPrincesasCristas/?ref=br_rs adoração a Deus.
Disney Princesa Brasil – sou princesa, sou real	https://www.facebook.com/DisneyPrincesaBrasil/?ref=br_rs Frases atribuídas às princesas e cenas do cotidiano baseadas em suas histórias. Considerada a página oficial das princesas no Facebook.
Oficina de Princesas	https://www.facebook.com/OficinaDePrincesas/?ref=br_rs (divulgação de festas infantis temáticas do site www.oficinadepincesas.com.br) destaque para o Spa da Emny, onde as convidadas passaram o dia em tratamento de beleza e no final foram vestidas, maquiadas e participaram de um desfile. Em nenhum momento há referência a príncipe, apenas o culto à beleza para se sentirem bonitas. Outra, Festa do Pijama. Com depoimentos dos pais logo após a festa, reforçando a qualidade e presteza das profissionais.
Princesa da Mamãe	https://www.facebook.com/PrincesaMamae/?ref=br_rs



	Dedicado a mães de meninas, com conselhos e compartilhamento de experiências.
Princesas Adoradas	https://www.facebook.com/PrincesasAdoradoras/?ref=br_rs (conteúdo de auto-ajuda)
Princesas AFRontosas	https://www.facebook.com/PrincesasCacheadas/?ref=br_rs (culto ao cabelo cacheado e crespo) Tudo sobre cabelos.
Princesas da Disney	https://www.facebook.com/Princesas-da-Disney-407160609322430/?ref=br_rs Imagens de princesas em situações diferentes como carecas por quimioterapia, envelhecidas, e tudo mais sobre as princesas.
Princesas da Disney Delicada	https://www.facebook.com/PrincesasdaDisneyDelicadas/?ref=br_rs Universo das princesas Disney e comentários sobre os personagens
Princesas de Cristo	https://www.facebook.com/prinsdecristo/?ref=br_rs (princesa do pai Cristo)
Princesas de Disney	https://www.facebook.com/paginadeprincesas/?ref=br_rs Vendas de produtos inspirados em princesas. Roupas, bijoutherias, artigos para festas etc.
Princesas de Farda	https://www.facebook.com/princesasdefardas/?ref=br_rs (Mulheres policias e guerreiras, mas sem a aura de princesas convencionais. Mulheres que vão à luta para honrar a profissão que escolheram)
Princesas do Altar. IURD	https://www.facebook.com/princesasdoaltariurd/?ref=br_rs (adoração a Deus- mensagens da bíblia)
Princesas feitas da realeza	https://www.facebook.com/PrincesasFeitasDeRealeza/?ref=br_rs (adoração a Cristo e mensagens de otimismo)
Princesas Hermosas	https://www.facebook.com/HermosasOfic123/?ref=br_rs (espanhol)
Princesas Irônicas	https://www.facebook.com/PrincesaIronica/?ref=br_rs (foto da Mérida)
Princesas Lésbicas	https://www.facebook.com/Princesas-Lesbicas-543052662457134/ só azaração entre lésbicas.
Princesas Negras	https://www.facebook.com/Princesas-Negras-435053513254066/?ref=br_rs (tudo sobre a mulher negra: cabelos, lutas, música, bonecas) Divulgação do filme Queen of Katwe, sobre uma jogadora de xadrez negra, baseado em fatos reais, lançado em setembro de 2016 nos EUA.
Princesas Sinceras	https://www.facebook.com/Princesassinceras/?ref=br_rs (vendas de produtos)
Princesas Tatuadas	https://www.facebook.com/Princesas-Tatuadas-589677341102449/?ref=br_rs imagens de princesas Disney tatuadas e com outros figurinos em contextos diferentes dos seus originais. Exemplo: Alice de roqueira; Ariel de short. Meramente as imagens de princesas com tatuagens, sem nenhum objetivo além.
Princesas Transformadas	https://www.facebook.com/princesastransformadas/?ref=br_rs (de cunho religioso, tipo as princesas do senhor) A princesa do contos de Deus
Princesas Virtuosas	https://www.facebook.com/aprendizdoEspiritoSanto/?ref=br_rs (mensagens de otimismo, algumas de cunho religioso)
Princesas Virtuosas	https://www.facebook.com/EscolhidasParAltar/?ref=br_rs



	(para mulheres “para casar”, aconselhando ser virtuosa, limpa e esperar Deus mostrar o caminho do altar)
Princesa sem Castelo	https://www.facebook.com/PrincesaSemCasteloOfc/?ref=br_rs Mensagens de otimismo. Frases coloquiais e ditados populares. Promessa de fazer tirinhas com os comentários.

Formatação das autoras

Fazendo um mapeamento de todas essas “princesas”, observamos que são perfis com propostas distintas e bem distantes daqueles dos contos de fada clássicos, mais próximos das identidades femininas contemporâneas e, conseqüentemente, das vivências de cada grupo social. Embora com nomeações diferentes, alguns dos perfis têm um mesmo objetivo. Encontramos quatro deles dedicados a “adoração a Deus”, dois de “princesas de Cristo”, três de mensagens de autoajuda, que refletem a necessidade de apoio mútuo para as criadoras dos perfis, dois dedicados a mulheres afrodescendentes, como um espaço para falarem sobre seus cabelos e dois para vendas de produtos direcionados ao público-alvo específico. Os demais, são perfis únicos, porém emblemáticos no sentido de suas representações, como as Princesas Policiais (onde as mulheres deixam claro que também podem ser belas), as Lésbicas (para paqueras entre mulheres), as Irônicas (humorísticas), e Princesas da Mamãe (dedicado a mães de princesas).

As nomeações desses perfis são também significativas, visto que eles representam o discurso do grupo ou pessoa criadora, alguns refletindo claramente o seu objetivo. De acordo com Martino (2010), o nome é um dos primeiros elementos sociais de uma identidade. Consideramos, portanto, que cada um representa o desejo de ser compreendido e de ter a sua identidade respeitada no novo contexto apresentado. Para Nóbrega (2010, p. 97), “a construção das identidades, virtuais ou não, ocorre no espaço do simbólico”, cuja representação se dá pela “publicização do eu” com o ego se tornando uma centralidade na rede. Sendo assim, esses perfis simbolizam as novas identidades, consideradas nos seus contextos de produção, objetivando uma ressignificação por parte de quem edita as princesas na diversidade apresentada.

Considerações Finais

A ressignificação das princesas na contemporaneidade pôde ser observada através dos perfis nos SRSs a partir do mapeamento apresentado e das diversas representações em contextos diferentes dos das princesas clássicas dos contos de fada tradicionais. Essas representações são um reflexo das condições de vida dos vários grupos de mulheres na atualidade e de como a sua identidade passa por



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

modificações nas estruturas sociais e nos seus contextos de vida. Os meios de comunicação têm uma participação fundamental na construção dessas novas identidades que se constituem a partir das lutas femininas nos contextos sociais e políticos em que atuam.

Considerando as princesas Disney, também elas foram sendo representadas modificadas e refletindo os contextos sociais vigentes na sua criação. As três últimas princesas da lista - Tiana, Rapunzel e Merida – são as mais independentes e que fogem ao estereótipo da princesa tradicional que espera um príncipe para poder ser feliz. Há ainda a princesa Moana, a última lançada e que não faz parte da lista Disney, considerada a mais empoderada de todas, que rejeita o rótulo de princesa e, em termos de aparência, é bem diferente das suas antecessoras porque tem pele morena, cabelos crespos, olhos amendoados e um espírito livre. A sua missão é salvar seu povo e sua ilha da destruição e, por isso, não tem tempo para histórias de amor.

Embora haja ressignificações, as mulheres na contemporaneidade nomeiam-se de princesas, com diferenças das originais clássicas, mas conservam ainda o ideal amoroso. Algumas não sonham em casar com “um príncipe que surja montado num cavalo branco”, mas querem ser amadas da mesma forma, sem terem que se submeter ao príncipe nem adotarem o perfil “esposa-mãe-dona de casa”.

A terceira mulher de Lipovestky é independente e senhora de si, rompe com os padrões estabelecidos, mas continua sendo princesa: repaginada, diferente, mas com um título que lhe remete à nobreza. A partir dos dados observados nos SRSs, percebe-se uma crescente autonomia feminina em suas reconstruções identitárias e, não obstante as injunções socioculturais de cada contexto histórico, os indivíduos criam versões pessoais dos modelos oferecidos pelos meios de comunicação.

Não um perfil único, há perfis individuais que atendem aos desejos de cada mulher, pois na contemporaneidade a diversidade é cada vez mais valorizada.

Referências

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**: entrevista a Benedetto Vecchi. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

BREDER, Fernanda Cabanez. **Feminismo e Príncipes Encantados**: a representação feminina nos filmes de princesa da Disney. 2013. 74f. Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo). Escola de Comunicação, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade - a era da informação**: economia, sociedade e cultura. Vol.2. São Paulo:Paz e Terra, 2000.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

CECHIN, Michelle Brugnera Cruz. O que se aprende com as princesas Disney? **Revista Zero a Seis**, Florianópolis, v. 1, n. 29, p.131-147, jan-jul 2014.

COSTA, Thaís. Quais são as redes sociais mais usadas no Brasil? **Marketing de conteúdo**. 11 jun. 2016. Disponível em: <<https://marketingdeconteudo.com/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>>. Acesso em: 21 abr. 2018.

DISNEY Princesa. **Wiki Disney Princesas**. 2012. Disponível em:<http://pt-br.disneyprincesas.wikia.com/wiki/Disney_Princesa> Acesso em: 13set.2017.

DISNEY PRINCESA. **Wikipedia**. 18 fev. 2018. Disponível em:< https://pt.wikipedia.org/wiki/Disney_Princesa>. Acesso em: 13abr.2018.

FREITAS, Hyndara. Escola de Princesas ensina etiqueta, culinária e organização de casa a meninas de 4 anos. **O Estado de São Paulo**. 12 out. 2016. Disponível em:< <http://emails.estadao.com.br/noticias/comportamento,escola-de-princesas-ensina-etiqueta-culinaria-e-organizacao-de-casa-a-meninas-de-4-a-15-anos,10000081544>>. Acesso em: 21 abr.2018.

GALEANO, Marina. Nova princesa da Disney é guerreira e empoderada. **Hoje em Dia**. 05 jan.2017. Disponível em:<<http://hojeemdia.com.br/almanaque/nova-princesa-da-disney-%C3%A9-guerreira-e-empoderada-1.438022>>. Acesso em: 11 abr. 2018.

HJARVARD, Stig. Miatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **Revista Matrizes**, a.5, n.2 jan./jun. 2012, p. 53-91. Disponível em:<<http://www.periodicos.usp.br/matrizes/article/view/38327/41182>>. Acesso em: 17 abr.2018.

ILUSTRAÇÕES mostram princesas da Disney com namoradas. **Diário de Pernambuco**, Viver, p.1, 10 set. 2016. Disponível em:<http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/viver/2016/09/10/internas_viver,664295/princesas-da-disney.shtml>. Acesso em: 15 abr. 2018.

LOPES, Karine Elisa L. dos Santos. **Análise da Evolução do Estereótipo das Princesas Disney**. 2015. 52f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social/ Publicidade e Propaganda). Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2015.

MAJOLO, Natalie. A influência das Princesas da Disney nas crianças. **Lado M**. São Paulo, [201-?]. Disponível em: <<http://www.lado-m.com/a-influencia-das-princesas-disney-nas-criancas/>> Acesso em: 27mar.2016.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Comunicação & Identidade: quem você pensa que é?** São Paulo: Paulus, 2010.NADER, Ginha. **Walt Disney: um século de sonho**. v.1. São Paulo: SENAC, 2001.

NÓBREGA, Livia de Pádua. A construção de identidades nas redes sociais. **Revista Fragmentos de Cultura**, Goiânia, v. 20, n 98 . 1/2, p. 95-102, jan-fev. 2010. Disponível em:< <http://seer.ucg.br/index.php/fragmentos/article/viewFile/1315/899!>>. Acesso em: 21 abr. 2018.

PORTELA, Frederico. Princesas da Disney aparecem em versão sexy e tatuada. **O Globo**, 04 jan.2016. Disponível em:<<https://blogs.oglobo.globo.com/tattoo/post/princesas-da-disney-aparecem-em-versao-sexy-e-tatuada.html>>. Acesso em: 15 abr.2018.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

PRINCESAS DA DISNEY ganham visuais modernos em séries de desenhos. **Diário de Pernambuco**, Viver, 16 fev. 2016. Disponível em: <http://www.diariodepernambuco.com.br/app/noticia/viver/2016/02/16/internas_viver,627284/princesas-da-disney-ganham-visuais-modernos.shtml>. Acesso em: 15 abr. 2018.

PRINCESAS TATUADAS. **Facebook**, 2016. Disponível em: <<https://www.facebook.com/Princesas-Tatuadas-589677341102449/>>. Acesso em: 03 abr.2018.

SANTAELLA, Lucia. Mulheres em tempos de modernidade líquida. Lucia Santaella. **Comunicação & Cultura**, n. 6, 2008, p. 105-113. Disponível em: <https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/10421/1/06_05_Lucia_Santaella.pdf>. Acesso em: 21abr. 2018.

TOMÉ, Maria da Conceição; BASTOS, Glória. A Herança dos Irmãos Grimm na Literatura Juvenil Contemporânea: a “chick lit” e as princesas do novo milénio. **Agália**, n.103, 1º sem. 2011, p.7-29.

TONIN, Juliana; KURTZ, Gabriela; FRAGA, Larissa; LEORATTO, Mariana. O Papel da Mulher nos Contos de Fada Contemporâneos: Malévola: imaginário e a Terceira Mulher de Gilles Lipovetsky. **Sessões do Imaginário**, Porto Alegre, v. 21, n. 35, p. 61-69, 2016. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/view/22789/14850>>. Acesso em: 21 abr. 2018.

VILAÇA, Maria Giselda da Costa; TONDATO, Marcia Perencin. O Despertar das Princesas: transformações do imaginário feminino e a relação com o consumo de suas representações midiáticas (mudaram as princesas?). In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO E CONSUMO, 5., 2016, São Paulo. **Anais...** São Paulo: ESPM, 2016. p.1-15.