

Titre de la conférence Bloc 2 (1^{er} partie) :

Partenariat rémunéré sur les réseaux sociaux : quand l'industrie s'associe avec une influenceuse pour vendre des préparations pour nourrissons

Objectifs

- Décrire les déclinaisons du partenariat rémunéré (PR)
- Expliciter les discours sur l'alimentation du nourrisson (allaitement, préparations et alimentation mixte) produits dans le cadre du PR.
- Présenter les réactions des utilisatrices au PR sur les réseaux sociaux.
- Discuter des enjeux de santé publique soulevés par le PR.

Biographie

Chantal Bayard, sociologue

Chantal Bayard est doctorante à l'Institut national de la recherche scientifique, au Centre Urbanisation Culture Société (INRS-UCS). Elle détient un baccalauréat en travail social et une maîtrise en sociologie. Ses recherches portent sur les discours, les représentations et les expériences de la grossesse et de l'allaitement sur les réseaux sociaux. En 2014, elle a codirigé l'ouvrage collectif *La promotion de l'allaitement au Québec. Regards critiques* (Remue-ménage). Elle a récemment publié [*Les mères célèbres sur Instagram : ce que nous révèlent leurs mises en scène de l'allaitement*](#) (2018) et *Partenariat rémunéré entre une entreprise et une influenceuse sur les réseaux sociaux : entrecroisement des voix des femmes autour de l'alimentation des nourrissons* (2022). Elle est actuellement organisatrice communautaire au CIUSSS du Nord-de-l'Île-de-Montréal.