

## METODOLOGIA DA PESQUISA EM COMUNICAÇÃO

Docente: Profa. Dra. Maria Immacolata Vassallo de Lopes

Grupo 6: Filipe Vilicic, Heitor Scaff, Murilo Machado, Patrícia Orlando

### Desconstrução de estratégia metodológica

**Tese/Dissertação:** “De blogueira à influenciadora: motivações, ethos e etapas profissionais na blogosfera de moda”

AUTORA: Issaf Santos Karhawi

ORIENTADORA: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Elizabeth Nicolau Saad Corrêa

ANO DA DEFESA: 2018

NÍVEL: Doutorado



Inspirou o livro *De Blogueira a Influenciadora: Etapas de profissionalização da blogosfera de moda brasileira* (2020)

ECA/USP. 15 de julho de 2022

# DESCONSTRUÇÃO DE ESTRATÉGIA METODOLÓGICA

“DE BLOGUEIRA À INFLUENCIADORA:  
MOTIVAÇÕES, ETHOS E ETAPAS  
PROFISSIONAIS NA BLOGOSFERA DE  
MODA”

KARHAWI, ISSAF SANTOS

## 1 Contexto e objeto

Em fala de Filipe Vilicic

## 2 Observação

Em fala de Murilo Machado

## 3 Descrição

Em fala de Heitor Scaff

## 4 Interpretação, conclusões e bibliografia

Em fala de Patrícia Orlando

# INTRODUÇÃO: CONTEXTO E URGÊNCIA DO TEMA

ORADOR: FILIPE VILICIC

## \* problemáticas:

### GERAL

“como se deu o processo de profissionalização dos blogs de moda no Brasil?”

### ESPECÍFICA

“quais as características da prática profissional das blogueiras de moda?”

## \* pressuposto:

“blogueiras de moda têm definido um novo perfil profissional”

## \* importância:

“entender melhor o campo da comunicação e suas redefinições constantes”

“a preocupação central de nossa pesquisa: o entorno da caixa-preta, aquilo que sai ou entra no sistema complexo dos blogs de moda que, aparentemente, é resultado de práticas bem estruturadas, consolidadas, de sucesso”

## \* novos rituais e etapas

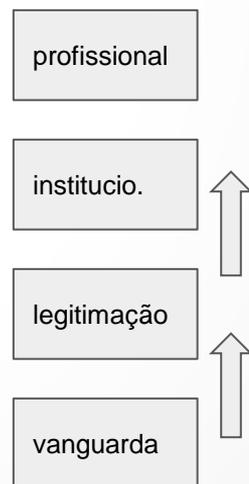
(que se constróem, da primeira para a última):

etapa de vanguarda

etapa de legitimação

etapa de institucionalização

etapa profissional



## Nível epistemológico

**Ruptura:** nova profissão; novo profissional da comunicação; parte de uma redefinição do campo da comunicação

Constrói-se o **objeto científico** na contextualização em uma cultura e uma sociedade com elementos de participação (“público, compartilhável e mensurável”) – Clay Shirky

## Nível teórico

“lançando mão da vigilância epistemológica, fugiremos de “[...] um esforço de estereótipos ou **caixas-pretas**” (LEMOS, 2013: 91), tentando olhar não para o certo, o acabado, o fenômeno que não vivencia mais associações ou ações de atores sociais, mas buscaremos esse oposto. O objetivo de nossa tese é abrir essa caixa-preta”

Arqueologia da Mídia e a **perspectiva arqueológica** de Michel Foucault

## Nível Metódico

“processo comunicacional, social, cultural e tecnológico”

“Autores como Jenkins (2009) e Shirky (2011) denominam esse período de cultura da participação, etapa que só pôde se consolidar por conta da Web 2.0 e os avanços das tecnologias de informação”

## Nível Técnico

“Há uma distância entre alguém que participa e outro alguém que transforma sua participação em uma forma de capitalização. E esse distanciamento é notório quando avaliamos a perspectiva do discurso das blogueiras de moda sobre a sua própria prática. Existe uma diferença entre a blogueira de moda e outra garota que apenas lê blogs ou que, caso também tenha um, não é considerada blogueira”

\* o objeto:

“**caracterização de um perfil profissional no campo da comunicação**”

## Algumas reflexões

- \* estudo feito no calor do momento (enquanto o fenômeno ainda se construía)
- \* precursor na caracterização do papel de influenciador digital no Brasil
- \* carece de contextualização no cenário brasileiro (o fenômeno não apresenta igual intensidade em todas as culturas / sociedades)
- \* acrescenta ao entendimento da transformação do sujeito/amador em blogueiro/influenciador
- \* o termo “blogueira” tem caído em desuso; hoje, fala-se em “influenciadores digitais”
- \* caracterização por um modelo em etapas que levam à profissionalização
- \* aplicação da estratégia metodológica estudada por meio do texto-base de nossa disciplina

Emergência do tema - profissionalização das blogueiras

Exigência de saber mais sobre a realidade do sujeito, mídia e sociedade contemporâneos para reconstrução da realidade empírica - Arqueologia do Saber (FOUCAULT, 2014)

Alinha a fase da Observação com o QTR, o objeto e a problemática, para desenvolver o olhar mais imparcial e dominante

Ruptura epistemológica e apreensão da realidade:

- ❑ Regime de visibilidade, visibilidade midiática, vigilância, tecnologia e subjetividade (DE SANTI, 2009 BRUNO, 2013)
- ❑ Sociedades disciplinares (FOUCAULT, 2014)
- ❑ Sociedade do espetáculo e Sociedade de autopromoção (DEBORD, 1997; THOMPSON, 2008)
- ❑ Cultura da Participação (SHIRKY, 2011; JENKINS; GREEN; FORD, 2014; COULDRY, 2014)
- ❑ Sociedade contemporânea, trabalhador flexível (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009)

Análise de posts nos blogs, vídeos no YouTube e publicações no Instagram de 52 blogueiras

Avaliação quantitativa de 9 blogs do ranking *Style99*

Amostra Intencional de casos típicos e Amostra Bola de neve (FRAGOSO, RECUERO, AMARAL, 2011)

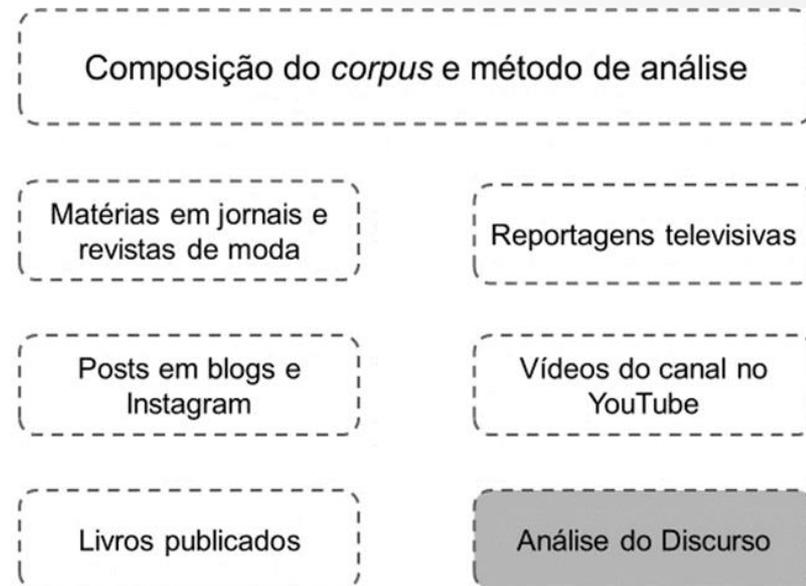
- a) a blogueira deveria ter como principal assunto de suas publicações a temática da moda ou da beleza, sendo o vestuário e a maquiagem os temas mais recorrentes;
- b) a blogueira deveria produzir conteúdo com frequência em blog, Instagram e/ou YouTube;
- c) a blogueira deveria, de alguma forma, enunciar-se como blogueira de moda, ainda que atuando em outras áreas.

## Linhas-Mestras:

Arqueologia de Mídia (ZIELINSKI, 2006) - Gênese dos processos comunicacionais

Arqueologia do Saber (FOUCAULT, 2014) - Gênese Discursivas, análise do discurso (ORLANDI, 2012)

**características enunciatórias** - utilização do *Ethos Discursivo*



Linha do Tempo de Findlay (2015), mas não cronológica, cíclica

## ❑ **Etapa de Vanguarda**

- Primeiros blogs brasileiros de moda - não há discussão sobre profissionalização

## ❑ **Etapa da Legitimação**

- Ascensão e consolidação das blogueiras na blogosfera - aumenta das práticas nos campos da moda, definição do espaço digital

## ❑ **Etapa da Institucionalização**

- Passagem de hobby para negócio - novas rotinas de produção, modos de fazer, equipes, assessoramento jurídico e financeiro

## ❑ **Etapa Profissional**

- Profissional - alguém que tem o blog como seu único ofício e fonte de renda

## Recapitulando:

3a Fase: Descrição.

Como todas as fases, é transpassada pelas 4 instâncias da pesquisa (Epistemológica, Teórica, Metódica e Técnica)

Tem 2 passos:

1. Organização, crítica e classificação dos dados
  - a. Tratamento quantitativo, análise multivariada, tratamento qualitativo
2. Análise Descritiva
  - a. Construção dos 'tipos empíricos' (*caracteres essenciais*)
  - b. Métodos descritivos
  - c. Seleção e combinação desses métodos



## APÊNDICE A – LISTA COMPLETA DE BLOGUEIRAS DE MODA

- (1) Total: 52 blogueiras acompanhadas diariamente em diferentes plataformas (Entre agosto/2014 e agosto/2017).  
 (2) Não há referência à todas as blogueiras ao longo da tese. O acompanhamento diário fez parte, no entanto, de nossos procedimentos metodológicos.  
 (3) Asteriscos representam uma frequência baixa na produção de conteúdo no YouTube ou uso da plataforma apenas como repositório de vídeos do blog.

Blogueira	Link do blog	Canal do YouTube	Instagram @
Alice Salazar	alicesalazar.com.br	Alice Salazar	alicesalazaroficial
Andreza Goulart	andrezagoulart.com.br/blog	Andreza Goulart	andrez
Ana Paula Buzzo	Fora do ar	Ana Paula Buzzo	paulab
Ana Soares	hojevouassimoff.com.br	Hoje vou assim OFF*	hojev
Bia Perotti	osachados.com.br/	Bia Perotti	biaper
Bianca Andrade	bocarosablog.com/	Boca Rosa	bianca
		Pausa para	

## APÊNDICE C – TEXTOS PUBLICADOS PELAS BLOGUEIRAS

- (1) Total: 48 textos publicados pelas próprias blogueiras, em diferentes formatos, em que há algum tipo de referência a sua atividade profissional.  
 (2) Todos eles compõem o *corpus* de nossa pesquisa.  
 (3) As referências para acesso estão no corpo do trabalho.

Título	Data de publicação	Formato	Plataforma	Blogueira	Etapa
8 anos de blog, e contando...	03/01/2018	Post	Blog	Amanda Britto	Profissional
9 anos de Dia de Beauté	19/10/2016	Post	Blog	Vic Ceridono	Vanguarda
A casa é a mesma	04/12/2015	Post	Blog	Carol Burgo	Profissional
A verdade sobre qual será o futuro desse blog	03/05/2017	Post	Blog	Karol Pinheiro	Profissional

## APÊNDICE D – TEXTOS PUBLICADOS PELA MÍDIA TRADICIONAL

- (1) Total: 167 textos da mídia tradicional sobre as blogueiras de moda, publicados por diferentes veículos em diferentes meios.
- (2) Todos as referências para acesso estão no corpo do trabalho.
- (3) Asteriscos representam matéria vinculada à capa da revista.
- (4) Apenas para compreender a posição da mídia em relação às blogueiras, ao longo de nossa catalogação e categorização, identificamos as matérias de acordo com a sua visada (Charaudeau, 2012). Aquelas em que não há nenhuma anotação sobre visada correspondem à visada de *fazer saber*. As ocorrências de *fazer crer*, *fazer fazer* e *fazer sentir* são identificadas na última coluna da tabela.

Título	Data	Veículo	Tópicos principais
"A vida de blogueira é muito difícil", diz Lalá Rudge no lançamento oficial de sua marca de lingerie.	13/11/2012	Chic - Glória Kalil	Lançamento de marca de lingerie, La Rouge. Trabalho não é valorizado, por não ter diploma. Excesso de exposição. Trabalho duro.
"Não acordei Cinderella", diz autora do blog "Garotas Estúpidas"	03/02/2012	IG - Jovem	Número de acessos. Início do blog. 2 mil acessos. Saída do emprego. Equipe do blog já formada. Planos para o futuro: produtos do blog.
"Não tenho medo de levar não", diz a blogueira Camila Coutinho, do "Garotas Estúpidas", ao FFW	02/06/2013	FFW	Dados de acesso. Polêmica de publipost. Assessoria de imprensa. Celebridade e fama. Número de comentários antes do Instagram. Tipos de parcerias e anúnciantes.

<b>Nome</b>	<b>Bia Perotti</b>
<b>Nome atual do Blog</b>	Os achados
<b>Nome antigo do blog</b>	Achados da Bia
<b>Plataforma por onde começou</b>	Blog
<b>Ano que começou</b>	2007
<b>Formação acadêmica e/ou profissão anterior</b>	Marketing com especialização em Fashion Business / Comunicação de moda, varejo de moda, marketing de moda
<b>Endereço do blog</b>	<a href="http://osachados.com.br">http://osachados.com.br</a>
<b>Instagram</b>	<a href="https://www.instagram.com/biaperotti">https://www.instagram.com/biaperotti</a> Seguidores: 70.161
<b>Youtube</b>	<a href="https://www.youtube.com/channel/UCub_dtu5vopGYEeye-gsAQA/featured">https://www.youtube.com/channel/UCub_dtu5vopGYEeye-gsAQA/featured</a> Seguidores: 647
<b>Atuação além do blog</b>	1. SHOPACHADOS – Curadoria de moda e personal shopper
<b>Principais parcerias com marcas</b>	1. Coleção de adesivos de parede com a marca ShopKola 2. Coleção de bolsas com a marca La Spezia 3. Design de móveis com a loja My Gipsy Bossa
	

Sabemos que o ethos passa pela legitimação do sujeito por meio da fala (Amossy, 2014), recorrer à paixão pela moda autoriza a blogueira a falar sobre o que ela fala, a ser amadora, a escrever um blog por amor. No post de comemoração dos quatro anos do blog *Dia de Beauté*, publicado em 24 de outubro de 2011<sup>41</sup>, Vic escreve:

O Dia de Beauté é uma grande realização pra mim, um hobby que pode até dar trabalho, mas dá muuuito mais satisfação e alegria. Saber que com ele consigo atingir várias pessoas de um jeito positivo, levando um pouco de hiper bem-vinda futilidade e distração, mostrando que maquiagem não é um mistério, me traz enorme felicidade.

das blogueiras de moda. Entre as questões direcionadas a um público de 52 respondentes<sup>157</sup>, indagava-se: *para você, blogueira de moda é profissão?*. Destes, 42 responderam de forma positiva. Ao serem convidados a justificar sua resposta, observou-se que a maioria dos

## **Contexto:**

- McLuhan com o meio é a mensagem
- Immacolata com "Não [devemos] escrever textos, e sim hipertextos"
- Novas ferramentas de visualização e divulgação de pesquisas

## **Provocações:**

- Como será o futuro dessa etapa de descrição nas pesquisas?
- Quais novos formatos nós já deveríamos estar usando?

Figura 50 – Blogueira Rayza Nicácio em vídeo no YouTube



Fonte: Canal Rayza Nicácio

E eu acho que vocês nunca me viram falando sobre isso porque é uma coisa que nunca me afetou, apesar de ouvir muitas pessoas falando mal da classe de blogueiras, youtubers, digital influencers, enfim. Vou falar blogueira, tá, porque é mais genérico, é mais de raiz.



## **Sobre a interpretação:**

É a parte que envolve a teorização dos dados empíricos dentro da perspectiva teórica adotada no início da pesquisa.

- Referência daquilo que passou com aquilo que pode ser, atualmente.
- O nível descritivo e interpretativo estão juntos, unificados, a fim de integrar pesquisa e teoria.
- Apesar de realizar o levantamento, é a partir dessa pesquisa social que Karhawi lança luz às ideias que quer debater no seu trabalho.

Com o objetivo de interpretar certa questão por ela levantada, o mecanismo acaba sendo quase sempre o mesmo:

**Levantamento-teoria-conclusão.**

## Prerrogativa:

A conclusão, segundo Lopes (2013), não é uma etapa, mas sim um **tópico** no qual se faz um balanço dos resultados alcançados.

Qual foi o avanço realizado durante sua pesquisa em seus mais diversos planos?

- **Teórico;**
- **Metodológico;**
- **Factual; e**
- **Prático**

Postura de comunicação com seus resultados com alteridade e uma distância do problema (LOPES, 2018)

**Mapas cognitivos de pensamento** (Martin-Barbero, 2018) como um dos meios-chaves para a conclusão da pesquisa..

**A fim de abrir discussões e novas propostas**, Karhawi deixa em aberto várias perguntas que podem contribuir para o campo de pesquisa e para compreender o mundo político-social que vivemos

## “Ideias fora de lugar”?

Diálogo entre bibliografia “clássica” do eixo Estados Unidos-Europa com novas teses e teorias firmadas e dialogadas na América Latina.

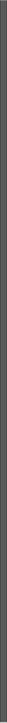
Criação de um espaço possível de **novas teses**, a partir de pressupostos já previamente conhecidos.

Ao invés de fechar sua teoria, **a pesquisadora utiliza-se da bibliografia para implodir os temas.**

Grande parte da bibliografia, embora não sendo de comunicação, serve de **referência para a pesquisadora criar categorias.**



**Bibliografia contemporânea e “clássica”**



**Fim!**