

BARBIECORE FEVER: Receita da Febre do Filme “Barbie (2023)”: Quem foi o chef de sucesso?

Beatriz Collis Parisi

Comentário: o tema é muito contemporâneo, sem dúvida, e atinente à comunicação, inclusive do ponto de vista de pensar na relação entre RP e o trabalho na divulgação da obra em questão. No entanto, o artigo ressenha-se de não elaborar um problema de pesquisa com características da investigação científica. O que se tem é uma indagação de senso comum (que poderia ser transformada numa pergunta de pesquisa) sobre o uso de estratégias de RP quanto ao filme. Nenhuma pessoa com um mínimo de conhecimento da comunicação duvidaria que isso foi feito (ou seja, que houve alguma participação de estratégias de Relações Públicas no desenvolvimento e na estruturação do plano de comunicação da produção, um blockbuster bancado por grandes estúdios), mas – por isso mesmo – isso deveria ser um ponto de partida para o desenvolvimento de um questionamento propriamente científico, ou seja, articulado a discussões do nosso campo (evidentemente, incluindo as discussões de RP). Partindo dessa pergunta mal formulada, ficou difícil até entender a articulação entre as discussões do quadro teórico, que deveriam, num plano mais orgânico, ser retomadas no final do trabalho.

Do jeito atual, o trabalho se situa mais em um nível mais de coleta de sistematização de informação sobre o caso, que pode preceder o desenvolvimento de uma pesquisa científica, mas não é a mesma coisa que ela. Como disse, a pergunta da qual se partiu é um tanto frágil para a pesquisa científica, ao não permitir problematizações mais instigantes e ligadas ao campo de conhecimento em comunicação.

Ao mesmo tempo – dado até o caráter recentíssimo do filme – a parte metodológica também apresenta dificuldades. Como você teve acesso, para compor a amostra, ao plano de comunicação do filme? Falou com algum profissional ligado a isso? Será que o leitor crítico pode ter certeza de que foi feita realmente uma abordagem holística que permita enxergar as estratégias de comunicação como um todo? Como a descrição dessa parte é pobre (ou seja, a explicação de como isso foi feito), tenho dúvidas e isso se reflete nas próprias análises. O trabalho acaba concluindo que “não ter sido incluído um plano específico de Relações Públicas na campanha, várias ações de Marketing adotadas conversam com as práticas das RPs” (p. 19). Sem o olhar holístico que cobrei, no entanto, essa afirmação é duvidosa. A escolha de um objeto muito novo tem essa dificuldade e talvez você pudesse ter elaborado a problemática em outra direção.

De qualquer modo, você se esforçou para realizar um artigo que tem certa qualidade por apresentar leituras e a discussão de um tema comunicacional.

Nota: 6,5