

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

DE 16/10 A 02/12 DE 2020 - ONLINE

BLOGUEIRAS E INFLUENCIADORAS DE MODA: HABILIDADES E COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS

Karhawi, Issaaf; Doutora; Universidade de São Paulo, issaaf@gmail.com¹

RESUMO

A pandemia da Covid-19 colocou em circulação um incômodo em relação ao mercado de influenciadores digitais, incluindo o segmento de moda e beleza (BOMFIM, 2020). Entre os pontos levantados pela mídia tradicional, que refletia um desconforto dos públicos, estava a reivindicação por posturas mais profissionais e mais éticas por parte dos influenciadores digitais.

Este artigo apresenta uma discussão acerca das habilidades, competências e *expertises* profissionais das blogueiras – hoje, influenciadoras digitais – do campo da moda e da beleza. Trata-se de parte dos resultados de uma pesquisa anterior, conduzida entre 2014 e 2018, a partir da análise discursiva da trajetória de 52 blogueiras consideradas precursoras do campo. Ainda que apenas 24% dos influenciadores brasileiros vivam integralmente da renda de sua produção de conteúdo na Internet (BRUNCH, 2019), a discussão sobre a profissionalização desses sujeitos midiáticos parece ser cada vez mais urgente.

A blogosfera de moda brasileira passou (e ainda passa, de forma cíclica) por diferentes etapas de profissionalização. Sendo elas; etapa de vanguarda, legitimação, institucionalização e profissional (Karhawi, 2018). A gênese da prática das blogueiras de moda não se deu, inicialmente, por fins monetários (Findlay, 2015). É por essa razão que, por anos, a classe dos blogueiros foi automaticamente definida como de amadores; o estatuto profissional não fazia parte desse espaço. É nas etapas de institucionalização e profissional que as blogueiras adicionam à motivação intrínseca do amadorismo, recompensas extrínsecas, financeiras, provenientes de parcerias comerciais com marcas e organizações (Karhawi, 2018).

¹ Doutora e mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Atua como pesquisadora no COM+, grupo de pesquisa em Comunicação, Jornalismo e Mídias Digitais da ECA-USP. E como docente no Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação (CELACC-USP).

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

DE 16/10 A 02/12 DE 2020 - ONLINE

Nesse processo, algumas habilidades profissionais foram se convencendo entre as blogueiras de moda. Longe de clamar pela regulamentação de uma profissão, a identificação dessas competências coloca as influenciadoras em um lugar distinto do usuário “comum” das redes. Assim, pode-se exigir por uma postura mais ética e comprometida com seu posto.

Entre as habilidades primordiais identificadas estão a criatividade, a ética e a constante atualização profissional. De acordo com as próprias blogueiras, é preciso ser criativo nesse mercado e, ao mesmo tempo, atualizar-se não apenas sobre assuntos da moda, mas da tecnologia e da comunicação. De forma mais específica, as blogueiras e influenciadoras de moda apresentam competências muito ligadas ao campo da Comunicação: a) curadoria da informação; b) conhecimento de nicho; c) *expertise* transmidiática; d) identificação de tendências; e) gestão de imagem.

A pandemia Covid-19 também colocou em perspectiva uma atuação com responsabilidade política e social por parte das influenciadoras, algo que não aparecia na pesquisa conduzida entre 2014 e 2018. Desse modo, este trabalho também é um convite para que novas investigações acerca das *expertises* desse perfil profissional da Moda e da Comunicação sejam empreendidas e auxiliem no avanço do campo e do mercado.

PALAVRAS-CHAVE

Influenciadores digitais; competências; profissão.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOMFIM, M. Menos Pugliesi, mais Prioli: pandemia altera marketing de influência. *Exame*, 2020. Disponível em: <<https://exame.com/marketing/menos-pugliesi-mais-prioli-pandemia-altera-marketing-de-influencia/>> Acesso em 15/08/2020.

BRUNCH. Creators & Marcas. *YouPix*, 2019. Disponível em: <<https://medium.youpix.com.br/36-das-marcas-j%C3%A1-pedi-para-influenciadores-n%C3%A3o-avisarem-sobre-post-patrocinado-58b267e145e8>> Acesso em 15/08/2020.

FINDLAY, Rosie. The short, passionate, and close-knit history of personal style blogs. *Fashion Theory*, v. 19, n. 2, 157-178, 2015.

ENCONTRO DOS GTS DO COLÓQUIO DE MODA

DE 16/10 A 02/12 DE 2020 - ONLINE

KARHAWI, I. *De blogueira à influenciadora: motivações, ethos e etapas profissionais na blogosfera de moda brasileira*. 2018. 330 f. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2018.