

Título da pesquisa: INFLUENCIADORES DIGITAIS E REDES SOCIAIS: UM ESTUDO SOBRE COMPORTAMENTO INFORMACIONAL E IDENTIDADE EM TORNO DE MARCAS DE MODA NO SEGMENTO DE LUXO NO INSTAGRAM

1. O que lhe levou a escolher esse tema/objeto de pesquisa (não é o objetivo da sua pesquisa e sim quais foram as suas motivações, o que foi determinante para fazer o recorte de sua problemática);

Acredito que devido ao meu percurso acadêmico e profissional na área mercadológica (Administração) acabou sendo muito natural olhar para os influenciadores digitais e seus conteúdos e me questionar - *De que forma essa influencia é convertida em dinheiro?* - mas, mais do que as vendas/consumo, eu percebia que os influenciadores acabam tendo uma atuação ainda mais profunda e significativa em relação aos hábitos de consumo e comportamentos sociais dos indivíduos/seguidores. Acredito que essas inquietações iniciais e ainda sem muita profundidade tenham motivado a pesquisa. Ao iniciar no processo de pesquisa com leituras e disciplinas, fui amadurando meus questionamentos e olhares e com ajuda do meu orientador Prof. Dr. Rodrigo Botelho, do PPGGI e PPGCOM da UFPR, identificamos na bibliografia o enquadramento teórico. A ideia foi de combinar o conceito de identidade e o de comportamento informacional para analisar as interações entre a Influenciadora e os Seguidores.

2. Cite 3 obras/autores que foram fundamentais para a realização da sua pesquisa (podem ser livros, artigos, outras dissertações/teses etc);

Os livros “A vida no ecrã: identidade na era da internet” de Sherry Turkle (1997) e “Identidade e diferença: A perspectiva dos estudos culturais” de Stuart Hall e Kathryn Woodward (2000) foram leituras muito importantes para a construção teórica e desenvolvimento da pesquisa como um todo. Operacionalmente, o “Manual de investigação em ciências sociais” de Raymond Quivy e Luc Van Campenhoudt (2005) trouxe uma visão mais pragmática dos processos que norteariam a pesquisa e resultariam no modelo de análise empregado. Neste sentido, o artigo “Brand community” de Albert M. Muniz Junior e Thomas O'Guinn, publicado no Journal of Consumer Research em 2001 foi essencial para estabelecer os elementos identitários que seriam adicionados ao modelo de análise. Ainda, e os modelos de Comportamento

Informacional propostos por Wilson (1981 e 1999) foram base para investigar o comportamento informacional dos seguidores na plataforma Instagram.

3. Onde sua pesquisa foi realizada (no caso de laboratório e pesquisa de campo; em pesquisas documentais indicar o objeto analisado);

Analizamos o perfil da influenciadora Camila Coelho na plataforma Instagram. A influenciadora atua no segmento de moda e beleza e possui mais de oito milhões de seguidores. O foco, mais especificamente, foi observar as postagens realizadas por ela durante o evento de alta costura, realizado em Paris no ano 2018. O objetivo foi observar nas interações entre ela e os seguidores (comentários) se os conceitos de comportamento informacional e de identidade poderiam ser identificados. Universo da pesquisa:

- Plataforma: Instagram;
- Segmento: Moda;
- Nicho: Marcas de luxo;
- Perfil: Camila Coelho;
- Recorte temporal: Haute Couture Paris Fashion Week 2018 (23 postagens e 2.833 comentários).

4. Qual a principal constatação, o principal resultado de sua pesquisa?;

A partir do método de análise de conteúdo (Bardin, 2011) e abordagem teórica embasada a luz de teóricos que tratam de identidade como Hall e Woodward (2000), Turkle (1997), Castells (1999), bem como de Wilson sobre comportamento informacional, foi possível construir um modelo de análise e a partir dele observar a presença dos conceitos propostos por esses autores nos dados analisados. Pôde-se compreender principalmente que graças ao comportamento informacional, advindo da vida moderna, das novas tecnologias, e, por consequência, das Redes Sociais Digitais (RDS), as concepções de identidade puderam ser mais facilmente identificadas nas interações entre seguidores e a influenciadora. Em todas as publicações da influenciadora digital selecionada, Camila Coelho, pode-se identificar tanto o caráter de publicidade nos textos descritivos das publicações e, no uso de Hashtags usadas para mencionar marcas divulgadas, como também a personalidade, a escrita íntima, a

aproximação junto ao seguidor. Essa proximidade cria na comunidade, composta por Camila e seus seguidores, um vínculo único, com dinâmicas próprias e que configuram uma identidade coletiva. Esta identidade tanto coletiva, como individual, pode ser identificada nos comentários deixados pelos usuários nas publicações.

5. Aponte a principal contribuição da sua pesquisa para a área do conhecimento em que ela foi desenvolvida;

O estudo do tema Influenciadores Digitais sob a perspectiva da criação de identidade e do comportamento informacional apresenta sua contribuição interdisciplinar ao dar continuidade a apontamentos já levantados em pesquisas recentes nesta temática, em áreas como Administração, Marketing, Comunicação e Ciência da Informação. A construção teórica bem como a análise dos dados permite concluir que especificamente neste caso de estudo, voltado à dinâmica entre influenciadores digitais e seguidores, é possível afirmar que ocorre construção identitária e que esta resulta em uma identidade coletiva, composta por consciência compartilhada, ritos e tradições da comunidade e, por fim, pelos símbolos compartilhados entre os participantes.

6. Qual você considera o diferencial ou principal inovação da sua pesquisa em relação a outros estudos já realizados sobre o mesmo tema/objeto?;

Acredito que o principal diferencial seja a abordagem interdisciplinar da pesquisa combinando os conceitos de Identidade e de Comportamento informacional.

7. Qual a principal contribuição da sua pesquisa para a sociedade de forma mais ampla?;

De forma ampla, o estudo apresenta sua contribuição ao promover reflexões teóricas quanto ao potencial da influência promovida pelos influenciadores digitais sob seus seguidores no contexto das Redes Sociais Digitais. Acredita-se que o estudo seja capaz de gerar reflexões quanto ao papel das RDS e dos Influenciadores na sociedade contemporânea, bem como do fluxo de informações nelas gerado. Esses entendimentos podem contribuir com reflexões acerca do consumo impulsionado nestes ambientes, servindo como base para estudos mercadológicos que gerem inovação. Tanto as empresas como as instituições de ensino poderão utilizar os conhecimentos gerados pelo

trabalho com o intuito de melhor adequar seus processos e metodologias, influenciando diretamente ou indiretamente estudos acadêmicos bem como economia e a sociedade.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.
- CASTELLS, M. **A sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999a.
- CASTELLS, M. **O poder da Identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999b.
- HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
- HALL, S.; WOODWARD, K. **Identidade e diferença**: A perspectiva dos estudos culturais. 13. Ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2000.
- MUÑIZ JR., A. M.; O'GUINN, T. C. Brand community. **Journal of Consumer Research**, v.27, n.4, p.412-432, 2001. Available in: <<https://bit.ly/2vsqX9g>>. Access em: 18 mar. 2020.
- QUIVY, Raymond; VAN CAMPENHOUDT, Luc. **Manual de investigação em ciencias sociais**. 4. ed. [s.i]: Gradiva, 2005. 17 v.
- TURKLE, S. **A vida no ecrã**: identidade na era da internet. Lisboa: Relógio D'água Editores, 1997.
- WILSON, T.D.. ON USER STUDIES AND INFORMATION NEEDS. **Journal Of Documentation**, [s.l.], v. 37, n. 1, p.3-15, jan. 1981. Emerald.
- WILSON, T. Models in information behaviour research. **Journal of Documentation**, v.55, n.3, p.249-270, 1999. Available in: <<https://bit.ly/390ROqO>>. Access in: 18 mar. 2020.