

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
CURSO DE DESIGN  
CAMPUS ACADÊMICO DO AGRESTE

Thamyres Danniely da Silva

Audiência Visual:

A influência do design gráfico para o crescimento dos blogs de moda

CARUARU

2017

Thamyres Danniely da Silva

Audiência Visual:

A influência do design gráfico para o crescimento dos blogs de moda

Monografia apresentada como requisito para a conclusão do curso de Bacharelado em Design na Universidade Federal de Pernambuco, campus Caruaru.

Professora Orientadora: Dra.Nara Rocha

CARUARU

2017

Catálogo na fonte:  
Bibliotecária - Simone Xavier CRB/4 - 1242

S586a Silva, Thamyres Danniely da.  
Audiência visual: A influência do design gráfico para o crescimento dos blogs de moda. / Thamyres Danniely da Silva. – 2017.  
62f.: il. ; 30 cm.

Orientadora: Nara oliveira de Lima rocha.  
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de Pernambuco, Design, 2017.  
Inclui Referências.

1. Blogs. 2. Moda. 3. Moda. 4. Consumo. 5. Artes gráficas. 6. Sites da Web - Projetos I. Rocha, Nara Oliveira de Lima (Orientadora). II. Título.

740 CDD (23. ed.) UFPE (CAA 2017-008)



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE  
NÚCLEO DE DESIGN**

Parecer da comissão examinadora  
de defesa de projeto de  
graduação em Design de

**THAMYRES DANNIELY DA SILVA**

**AUDIÊNCIA VISUAL: A INFLUÊNCIA DE DESIGN GRÁFICO PARA O  
CRESCIMENTO DOS BLOGS DE MODA**

A comissão examinadora composta pelos membros abaixo, sob a presidência do primeiro, considera a aluna **APROVADA**.

Caruaru, 02 de fevereiro de 2017

Professora Nara Oliveira de Lima Rocha

Professora Andrea Barbosa Camargo

Professor Rodrigo Barbosa

## **AGRADECIMENTO**

Agradeço primeiramente a Deus, que guiou meus passos durante esta caminhada. A minha orientadora, por toda paciência e incentivo. A minha família por ter me dado todo o suporte necessário na minha formação, e a todas aquelas pessoas que, de alguma forma, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização e conclusão deste trabalho, em especial a minha amiga Thaciely Vasconcelos, a qual tenho grande apreço e amizade desde o primeiro dia na faculdade, obrigada amiga por todo o apoio de sempre, nossa amizade é da faculdade para vida.

## RESUMO

O presente trabalho busca demonstrar a importância do design gráfico nos blogs de moda atualmente, e tem como objetivo identificar o grau de relevância do design gráfico para o consumo do conteúdo dos blogs de moda, e, quais seriam os fatores gráficos que fazem a fidelização do leitor ao blog. Para tal, os métodos usados serão o quantitativo e qualitativo, tendo em vista que serão analisados alguns blogs e comparados entre eles, juntamente com a análise do grau de importância de suas partes, para chegar a um consenso do que um blog de moda deve ter para ser influente.

Palavras-chave: Blogs de moda, Consumo, Design Gráfico, Informação de Moda, Webdesign.

## **ABSTRACT**

This work show the importance of graphic design in fashion blogs today, and aims to identify the degree of relevance of the graphic design for the consumption of the contents of fashion blogs, and what would be the graphics factors that make the loyalty of reader to the blog. For that, the methods used are quantitative and qualitative, in order to be analyzed some blogs and compared between them, along with the analysis of the degree of importance of its parts, to reach a consensus of what a fashion blog should have to be influent.

Keywords: Fashion Blogs, Consumption, Graphic design, Fashion Information, Webdesign.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Print da biografia do blog Niina Secrets .....	22
Figura 2: Print dos comentários em uma postagem do blog Niina Secrets.....	23
Figura 3: Layout do blog da Taciele Alcolea em 2012.....	26
Figura 4: Layout do blog Taciele Alcolea em 2016.....	27
Figura 5: Print do blog Taciele Alcolea .....	28
Figura 6: Lista de blogs indicados no blog da Taciele Alcolea .....	29
Figura 7: Blogroll do blog Dela Rosa.....	30
Figura 8: Print do painel do Blogger visto pelo administrador da conta .....	31
Figura 9 - Print do questionário realizado.....	34
Figura 10 - Print do questionário realizado .....	35
Figura 11 - Print do questionário realizado .....	36
Figura 12: Print da pergunta 1 .....	37
Figura 13: Print da pergunta 2 .....	38
Figura 14: Print da pergunta 3 .....	38
Figura 15: Print da pergunta 4 .....	39
Figura 16: Print da pergunta 6 .....	42
Figura 17: Print da pergunta 7 .....	43
Figura 18: Print da pergunta 9 .....	44
Figura 19: Print do menu de cada blog .....	45
Figura 20: Print das identidades visuais dos blogs .....	46
Figura 21: Print do perfil na sidebar dos blogs .....	47
Figura 22: Print das categorias dos blogs.....	48
Figura 23: Print das tipografias dos blogs .....	49
Figura 24: Print das postagens dos blogs .....	50
Figura 25: Padrão de cores de cada blog .....	51
Figura 26: Print das redes sociais dos blogs.....	52
Figura 27: Print do footer dos blogs.....	53

## LISTA DE QUADROS

Tabela 1: Procedimento metodológico .....	32
Tabela 2: Caracterização dos dados da pergunta 5.....	39
Tabela 3: Apuração de respostas da pergunta 5 .....	40

## SUMÁRIO

1.0 INTRODUÇÃO .....	10
1.1 Objetivo geral .....	11
1.2 Objetivos específicos .....	11
1.3 Justificativa .....	11
2.0 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....	13
2.1 CAPÍTULO 1: Design gráfico e mídias sociais 2.1.2 Elementos visuais .....	13
2.1.3 Sintaxe visual.....	15
2.1.4 Técnicas visuais e a comunicação.....	17
2.1.5 A ergonomia visual .....	18
2.2 CAPÍTULO 2: A internet e os blogs de moda .....	20
2.2.1 As redes sociais .....	20
2.2.2 Blogs .....	24
2.2.3 Blogagem coletiva .....	27
3.0 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO .....	32
4.0 QUESTIONÁRIO .....	33
4.1 Resultados.....	36
4.2 Análise dos resultados.....	37
5.0 AMOSTRAGEM – BLOGS.....	44
6.0 ANÁLISE VISUAL.....	45
7.0 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	54
8.0 REFERÊNCIAS .....	56
9.0 ANEXOS .....	58

## 1.0 INTRODUÇÃO

O blog, objeto deste trabalho, é uma mídia social que vem ganhando força e visibilidade nos últimos anos. Segundo o Comscore (2014), site de estatísticas atualizadas sobre a internet, o Brasil é o segundo país que mais usa blog, sendo 77,3% o número de blogs criados e acessados no Brasil. Nesta mídia social é possível criar uma página na internet e apropriar-se dela, onde a blogueira é livre para abordar diferentes assuntos e conquistar o seu público de leitores.

Uma das propostas mais frequentes nessa plataforma são os blogs de moda. As blogueiras crescem e se destacam na blogsfera, assim chamada a rede dos blogs, através de como expõem suas imagens e se tornam formadoras de opinião, por isso é preciso postar com cautela e responsabilidade (COUTINHO, 2015).

Sua imagem atrai uma legião de fãs que as acompanham diariamente e interagem com o conteúdo ali postado, é esta interação que dá sustento aos blogs, esta capacidade de estar sempre se comunicando, buscando e disponibilizando conteúdo que faz do blog uma mídia social expressa na internet (RECUERO, 2009).

A audiência é uma questão muito importante na internet, e isso também reflete nos blogs de moda, visto que, as blogueiras podem monetizar suas publicações no blog, então, além de ser um hobby, o blog também gera renda de acordo com o acesso. Para um blog ter audiência é preciso mais que criatividade e originalidade, é preciso manter o leitor preso ao conteúdo, e mais ainda, despertar nele a vontade de voltar ao blog. É necessário investir no visual do blog, no layout. A primeira impressão fica, e navegação com conforto visual é um fator importante que vai definir se o leitor retornará ao blog, se ele se sentir incomodado com o que está vendo, certamente ele não voltará.

A internet é bem diferente da televisão, onde existe uma programação imposta pelas emissoras. Na internet não, afinal, todos estão à um click de sair daquele blog. Portanto, é preciso acolher visualmente o leitor e mantê-lo entretido com o conteúdo. O tema desta monografia será: “Audiência Visual: A influência do design gráfico para o crescimento dos blogs de moda”.

A presente pesquisa busca averiguar o quanto o design gráfico aplicado ao blog faz diferença na construção da audiência dos blogs de moda. Além de ser um mercado para o design gráfico, visto que, os blogs vêm crescendo à cada dia e, portanto, há uma necessidade de contratar um designer para desenvolver o layout, para que haja diferenciação, principalmente visualmente. Sendo assim, o trabalho do designer gráfico se faz crucial para a personalização dos layouts e para diferenciar o blog dos demais.

O objetivo deste trabalho é obter resultados sob quais elementos visuais presentes nos blogs atraem os leitores, bem como identificar onde o design gráfico (estético, funcional e simbólico) está presente nos blogs e como isto influencia na audiência das blogueiras.

### **1.1 Objetivo geral**

Identificar o grau de relevância do design gráfico para o consumo do conteúdo das blogueiras.

### **1.2 Objetivos específicos**

- Avaliar quais elementos do layout dos blogs atrai e fideliza as leitoras das blogueiras.
- Identificar como o design gráfico influencia a audiência das blogueiras.
- Analisar a importância dos três elementos do design gráfico (estético, funcional e simbólico) para o funcionamento de um blog de moda.

### **1.3 Justificativa**

Tendo em vista que existe um mercado formado por blogueiras, onde elas são formadoras de opinião e influenciadoras no mundo da moda, é necessário que haja um planejamento visual em um blog, para que este mercado cresça profissionalmente e seja cada vez mais rentável, visto que, os acessos geram lucros. Muitas blogueiras optam por layouts gratuitos e que muitos outros blogs também usam, isto não gera diferenciação.

Esta monografia visa demonstrar como o planejamento visual é importante para um blog. Existe uma grande possibilidade de, uma blogueira que possui uma identidade visual, fotos em alta definição e um blog de fácil navegação, se destacar mais do que uma blogueira que não se preocupa com estes elementos. A pesquisadora, enquanto blogueira e estudante de design gráfico, busca a interação da blogueira, que produz o conteúdo, com o designer gráfico, que cria os layouts, é preciso investir no design gráfico para solucionar os problemas visuais do seu site, visando o bem estar de quem o visita.

Desta forma, teremos cada vez mais no mercado blogueiras que se preocupam com a audiência do site, com os layouts planejados e que expressem sua personalidade, assim, o design gráfico estará dentro do mercado dos blogs. Pretende-se, com esta pesquisa, despertar nas blogueiras a necessidade de se destacar entre os inúmeros blogs que existem, usando o design gráfico.

## 2.0 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 CAPÍTULO 1: Design gráfico e mídias sociais

#### 2.1.2 Elementos visuais

Para Dondis (2003) tudo o que vemos é composto por substâncias visuais, que são: o ponto, a linha, a forma, a cor, a direção, a textura, a dimensão, o tom, o movimento e a escala. Estes elementos visuais são combinados entre si, e a presença deles junto à intensidade em que são usados, determina a que está se dando ênfase, esse papel de determinação de como a obra será visualizada de acordo com os elementos usados, cabe ao designer. Esses elementos são percebidos pelo usuário como um todo, ou como partes de um todo, assim como a Gestalt aborda, onde

[...] a análise de todos os sistemas exige que se reconheça o sistema (ou objeto, acontecimento, etc) como um todo é formado por partes interatuantes, que podem ser isoladas e vistas como inteiramente independentes, e depois reunidas no todo (DONDIS, 2003, p. 51).

Uma das melhores formas para se compreender a obra é decompondo-a, para concentrar-se nos elementos como partes do todo.

O ponto é uma unidade visual simples, capaz de comunicar a intensidade de uma cor quando justaposto, de conduzir o olhar quando postos lado a lado. Quando esses pontos são tão próximos entre si ao ponto de não identificarmos individualmente, aumenta-se a sensação de direção e têm-se uma linha.

A linha é capaz de construir, ela não é vazia e estática, ela é inquieta e transmite movimento (DONDIS, 2003, p. 56), as linhas constroem as formas, que carregam identidade e personalidade do designer que a traçou, podendo comunicar infinitas ideias.

As forças direcionais são importantes para guiar o olhar do usuário, a direção que as formas assumem transmitem sensações, vertical-horizontal trazem uma sensação de estabilidade, de estática, de calma, já a direção diagonal causa instabilidade, provoca perturbação.

O tom é um dos melhores elementos para demonstrar a dimensão das formas, a perspectiva, a massa, o ponto de vista do observador etc., o tom é usado para dar ideia de tridimensionalidade através da luz e da sombra.

A cor carrega inúmeras mensagens visuais e significados, é usada para transmitir informações de perigo, por exemplo, quando a cor vermelha está usada na sinalização de um ambiente, de atenção, quando a cor amarela do semáforo está acionada. A cor também é usada para causar contraste, quando duas cores opostas do círculo cromático, como amarelo e roxo, laranja e azul, verde e vermelho são postas lado a lado causando um choque visual, com o intuito de chamar atenção para a mensagem.

A textura pode ser reconhecida através de dois sentidos, o tato e a visão. A textura visual é óptica, não é palpável, geralmente são texturas digitais ou linhas de esboços em um papel, por exemplo. Já a textura tátil, pode ser sentida, tocada, tem relevos, ranhuras, provoca sensações. Ver uma imagem de uma lixa áspera não é o mesmo que tocar à lixa, sentir sua aspereza.

A escala é usada muitas vezes para se representar visualmente a proporção de algum objeto, ou para comparar tamanhos entre os objetos, visto que, o tamanho do objeto depende de com o que ele está sendo comparado. “Aprender a relacionar o tamanho com o objeto e o significado é essencial na estruturação da mensagem visual” (DONDIS, 2003, p. 75).

A dimensão no design pode ser projetada da forma que o designer preferir, existem softwares capazes de simular qualquer dimensão, segundo Dondis (2003), não existe uma dimensão real no design, ela é implícita e quase sempre ilusória. Para simular essa dimensão o designer faz uso da perspectiva, onde a dimensão do objeto depende de onde está posicionado o olhar do observador.

O movimento certamente é mais difícil de ser percebido no meio estático, como nas artes visuais. O movimento visual deriva da pregnância, quando o ato de movimento precisa ser uma experiência já vivida por quem está observando, para só assim, o movimento implícito visualmente unir-se ao psicológico do observador e o movimento parecer real.

Trazendo os conceitos de elementos visuais para a web, Stein (2003) ressalta que, na web utilizamos principalmente dois tipos de linguagem, verbal e não verbal, a linguagem verbal está na escrita, e a não verbal, está nos elementos visuais. “Todos os elementos visuais geram forças e tensões dentro de uma composição gráfica que permitem tornar este layout expressivo” (ARHEIM, 1986 apud STEIN, 2003, p. 43).

Wong (1998) apud Stein (2003) diz que, um bom desenho é aquele tem um propósito em sua criação visual, e não apenas ornamentação. Os elementos visuais funcionam de forma prática e funcional, eles deixam de ser conceitual e passam a ser vistos segundo seu tamanho, formato, cor, textura.

Organizam-se segundo estruturas visuais que tornam estes elementos relacionais no momento que permitem ao observador percebê-los ou senti-los a partir de sua localização e inter-relação segundo as formas de um desenho, gerando direção, posição, espaço e gravidade. Logo, a forma de um elemento visual e a estrutura em que o mesmo se insere se tornaram importantíssimas no processo de geração de interfaces (STEIN, 2003, p. 44).

Para o designer gráfico, cada ponto, linha, plano e superfície tem sua função e expressão própria, podendo gerar uma composição através da sua relação com os elementos que estão à sua volta. Os webdesigners autodidatas, muitas vezes fazem layouts baseados em seus gostos pessoais, sem atentarem para os critérios definidos dos elementos visuais, gerando composições contraditórias e não comunicativas (STEIN, 2003).

### **2.1.3 Sintaxe visual**

A sintaxe visual não é apenas o entendimento da imagem, é compreender que a imagem é ramificada e formada por partes de um todo, onde essas partes formam um arranjo visual.

Hoje em dia, designers usam programas para capturar os gestos da mão como dados que podem ser infinitamente manipulados e aprimorados. Esses programas descrevem as imagens com base em ponto, linha, plano, forma e volume, mas também cor, transparência e outras características (Lupton, 2008, p. 13).

Os elementos (cor, forma, textura, ponto, linha etc) são organizados e dessa forma, de acordo com a organização, constroem a imagem. Para compreender a imagem e o ambiente que se observa, é necessário o uso da visão, para Dondis (2003) grande parte do processo de aprendizagem é visual, vemos e logo em seguida compreendemos o que vemos. Lupton (2008) defende que é necessário o entendimento e o domínio da sintaxe visual. Muitas vezes nós recorremos ao computador e isso nos faz “fazedores de design externos”. É preciso que convivamos com as pessoas, com o cotidiano, com as obras, à olho nu. “Chegar a territórios mais interessantes requer a persistência de selecionar, organizar e assimilar temas e soluções até que uma nova fagulha surja e se sobressaia” (LUPTON, 2008, p. 10).

Todos nós somos capacitados e ensinados ao longo da vida a ver e reconhecer as imagens e objetos, mas a capacidade de representa-los e de entender os seus diversos significados e valores é individual. “Toda essa informação visual é facilmente obtida através dos diversos níveis de experiência direta do ato de ver” (DONDIS, 2003, p. 87).

Essa composição de elementos está sujeita a ser interpretada individualmente, de acordo com as experiências já vivenciadas por quem a observa. Em contraponto, Lupton (2008) destaca que além de existir essa interpretação livre e individual, existem regras usadas pelos designers para dirigir o olhar e a interpretação de quem está diante da sua obra, “regras podem ser usadas para gerar formas, bem como para organizar conteúdo” (LUPTON, 2008, p. 233).

Segundo Dondis (2003) a imagem não precisa apenas ser vista e reconhecida, é necessário que ela seja lembrada e reproduzida. A informação fica condensada nos símbolos que se formam através dos elementos visuais, para que possa ser registrada e comunicada às pessoas. O processo de reduzir as imagens aos elementos visuais básicos e abstraí-los, é um processo “muito mais importante para o entendimento e a estruturação das mensagens visuais” (DONDIS, 2003, p. 95).

De acordo com Dondis (2003), quanto mais objetiva a representação da imagem, mais fácil será sua absorção e entendimento, quanto mais abstrata e subjetiva, mais demorado e difícil será esse processo. Quanto mais abstrata for sua

representação, mais o observador precisará esforçar-se para compreendê-la. “Conhecer as imagens que nos circundam significa também alargar as possibilidades de contato com a realidade, significa ver mais e perceber mais” (MUNARI, 2006, p. 11).

O significado faz parte da anatomia da mensagem visual, por isso é de grande importância para a comunicação. A representação da imagem está impregnada de significados que contribuem diretamente para o entendimento e a resposta do observador (DONDIS, 2003, p. 102). É preciso que o designer estude a superfície e a aparência que ela tem, visto que o designer usará estes aspectos em suas reproduções (MUNARI, 2006).

É necessário o entendimento dos três níveis, representacional, abstrato e simbólico, tanto para o designer que está criando, quanto para o observador que está absorvendo o conteúdo visual. O nível representacional é o mais eficaz, “utilizado na comunicação forte e direta dos detalhes visuais do meio ambiente, sejam eles naturais ou artificiais” (DONDIS, 2003, p. 103). A abstração não é menos importante para o desenvolvimento de um projeto visual, pelo contrário, ela permite ao designer expressar-se e ao observador a interpretação livre do que ele vê. Já o nível simbólico “para o designer, trata-se de uma força interativa que ele deve abordar em termos de significado e aspecto visual” (DONDIS, 2003, p.105). Se os níveis forem compreendidos e praticados, a composição visual será coerente e clara.

#### **2.1.4 Técnicas visuais e a comunicação**

Para Dondis (2003) o conteúdo é tudo que está sendo expresso através das formas, diretamente ou indiretamente, o conteúdo muda de acordo com o que se deseja expressar, seja ele em qualquer meio, é necessário explicar, expressar, afetar, para poder comunicar. Estudar os elementos de comunicação visual é de fato muito importante para o designer, visto que, ele sempre projetará imagens e deve levar em consideração o fundo sobre o qual elas aparecem.

Deve saber que pode projetar a figura desejada de tal modo que ela se destaque do fundo sem possibilidade de outras interpretações, ou então pode, conscientemente, projetar uma ambivalência de imagens, de maneira que o seu negativo dizemos isso quando usamos uma imagem da fotografia

também tenha valor de comunicação visual o mais exata possível (MUNARI, 2006, p. 19).

O resultado dessa comunicação está na interação das duas partes, quem comunica e quem recebe a comunicação. “Em ambos os casos um não pode se separar do outro. A forma é afetada pelo conteúdo; o conteúdo é afetado pela forma. A mensagem é emitida pelo criador e modificada pelo observador” (DONDIS, 2003, p. 132).

É necessário ter a capacidade de usar as técnicas visuais para comunicar da melhor forma, e é igualmente importante a capacidade de compreendê-la. Para Dondis (2003) é preciso que haja a experimentação para poder encontrar a melhor forma de expressar o conteúdo. Junto à forma, o conteúdo compõe a manifestação da mensagem visual, mas é a percepção que faz a interpretação. O psicológico e o repertório do observador devem ser levados em conta quando se trata de interpretação.

Para que o designer tenha controle sobre o conteúdo, é preciso que ele compreenda como o ser humano enxerga a informação, e através dessa compreensão, ele poderá influenciar como a mensagem será vista, através das técnicas visuais.

### 2.1.5 A ergonomia visual

De acordo com Gomes Filho (2003) o design gráfico enquanto comunicação social deve atender a todos os fatores ergonômicos básicos, que são essenciais para a compreensão da informação e o conforto visual dos usuários que estão lendo aquela informação.

Tudo sempre buscando maior legibilidade, possível e uma correta organização visual das informações (harmonia, ordem, regularidade, equilíbrio e adequada pregnância visual). Esses são postulados essenciais para a melhor compreensão da informação (...) (GOMES FILHO, 2003, p. 178).

O design gráfico de uma *home page*<sup>1</sup>, por exemplo, é necessário dar atenção à funcionalidade da página como um todo, primeiramente. É preciso organizar as informações por nível de importância. Gomes Filho (2003) ressalta que, leitura

---

<sup>1</sup> Home Page: página inicial de um site.

realizada na tela do computador representa esforço e cansaço físico, e principalmente cansaço visual para o leitor. Isto acontece principalmente porque a tela tem luz e brilho, diferente do papel.

É necessário que a escolha da tipografia e o uso das cores aplicadas aos elementos gráficos (títulos, subtítulos, fotos, vinhetas, fios, boxes, figura de fundo – grafismos em geral, e etc., fixos ou em movimento) e, ainda, a organização formal diagramática se adaptem da melhor maneira possível a esses inconvenientes provocados pelos fatores de luz, brilho e qualidade de resolução na tela do monitor (GOMES FILHO, 2003, p. 184).

Dessa forma, Gomes Filho (2003) acredita que o site estará ergonomicamente adequado se garantir a visualização e legibilidade, deixando o leitor confortável e minimizando os efeitos do cansaço visual ao longo da leitura. Para isso, usam-se fontes sem *serifa*<sup>2</sup>, ordenação dos elementos, hierarquia das informações, ou seja, é preciso que o designer trabalhe estrategicamente, para determinar em sua composição do site, o que o leitor deve ler primeiro e assim sucessivamente.

É preciso guiar o olho de quem está ali navegando. Evitar contrastes como fundo preto e letras brancas, isto também ajuda a tornar o site ergonomicamente adequado. Tudo isso precisa estar de acordo com a linguagem e proposta do site, até mesmo se o intuito for um site propositalmente diferente e pessoal, com diagramação diferenciada, é preciso ter equilíbrio e harmonia dentro desta personalização.

---

<sup>2</sup> Serifa: [Tipografia] Pequeno traço ou espessamento que remata, de um ou ambos os lados, os terminais das letras não lineares de caixa-alta e caixa-baixa; remate.

## 2.2 CAPÍTULO 2: A internet e os blogs de moda

### 2.2.1 As redes sociais

Para Recuero (2009) a internet foi um fenômeno de grande revolução e mudanças na sociedade, dentre essas, a capacidade de socializar e de se expressar através do computador, onde as pessoas deixam seus pensamentos e opiniões expostos na rede. Essa possibilidade de interação entre as pessoas foi o que proporcionou a criação das redes sociais no início da década de 90, onde grupos são estruturados através delas.

Uma rede social é constituída por dois elementos principais: os atores (que são as pessoas ou grupos nas redes sociais) e as conexões (que é como chamamos a capacidade de interagir e formar laços). “São espaços de interação, lugares de fala, construídos pelos atores de forma a expressar elementos de sua personalidade ou individualidade” (RECUERO, 2009, p. 25).

Os autores comparam a construção de identidade no ambiente virtual como a uma camisa em branco onde os participantes podem acrescentar quaisquer mensagens e que estas mensagens irão atrair ou repelir os demais participantes do site (Rocha et. al., 2013, pag. 4).

Nos dias atuais os indivíduos se percebem no mundo quando vêem suas informações nos registros da internet, nos perfis das redes sociais. “É possível que atualmente adolescentes tenham seu perfil na internet, em alguma rede social, antes mesmo de terem tirado a primeira carteira de identidade” (Rocha et. al., 2013, pag. 3).

O ator se personaliza, narra a si mesmo em sua rede social, fazendo o processo de construir sua identidade na internet, esse espaço passa a ser privado, pois se trata da sua vida, mas também público porque pessoas leem e interagem. “Essa individualização dessa expressão, de alguém ‘que fala’ através desse espaço é que permite que as redes sociais sejam expressas na internet” (RECUERO, 2009, p. 27). Rocha et. al., (2013) ressaltam que, qualquer usuário comum que publique na rede ou faça registro de informações está produzindo informações, isto não está

restrito apenas à *blogueiras*<sup>3</sup>. Quando se trata de configurar informações, as redes sociais se alteram com frequência para atender melhor às necessidades do usuário.

No entanto, ao longo do uso das redes, suas informações e atividades disponíveis mudam de acordo com a aceitação e necessidade dos seus membros, o objetivo é manter os usuários sempre interessados, acessando e disponibilizando conteúdo (Rocha et. al., 2013, pag. 3).

De acordo com Recuero (2009) é necessário ser “visto” para existir na rede, constituir-se parte da rede e dela apropriar-se. Saber como os atores constroem esse espaço de expressão é tão importante quanto compreender como se formam as conexões. As pessoas são julgadas por suas palavras e expressões, e essas palavras constroem a percepção que os indivíduos daquela rede têm sob os atores, além de que, essa expressão toda do “eu” constrói grupos de seguidores fiéis àquele conteúdo, leitores que confiam na opinião da blogueira. É preciso colocar fotos e informações que gerem empatia e individualidade,

[...] essas questões são importantes porque trazem a necessidade de que o blog identifique, de alguma forma, o indivíduo que se expressa através dele, de modo a proporcionar pistas para a interação social (RECUERO, 2009, p. 27).

Outra forma de representar um autor é através de um *nickname*<sup>4</sup> ou de um *link*<sup>5</sup>. Muitas vezes as blogueiras se identificam através do seu endereço na rede, quando fazem um comentário no blog de alguém, por exemplo, eles acabam assinando com seus *nicknames*, e isso ajuda a inferir laços sociais entre os indivíduos, permitindo que, se algum leitor quiser acessar o blog daquela pessoa que comentou, é só clicar no *nickname* e/ou *link* e será direcionado ao blog de quem comentou (RECUERO, 2009). Um exemplo disso é como a blogueira Bruna Santana usa o *nickname* de “Niina Secrets” para ser identificada em meio à *blogsfera*<sup>6</sup> (ver figura 1).

---

<sup>3</sup> Blogueiras: mulheres que possuem e escrevem um blog.

<sup>4</sup> Nickname: é um substituto para o nome próprio de uma pessoa, usado na web.

<sup>5</sup> Link: palavra que compacta um endereço da internet.

<sup>6</sup> Blogsfera: é o termo coletivo que compreende todos os ou blogs como uma comunidade ou rede social.

Figura 1: Print da biografia do blog Niina Secrets

**Quem é a Niina?**

Oi, sejam muito bem vindos.

Eu sou a Bruna Santana Martins, mais conhecida como Niina. Tenho 21 anos, nasci e moro em São Paulo.

Criei o blog para compartilhar minhas experiências, dicas e paixões. Aqui falo sobre moda, maquiagem, beleza, decoração, viagem, música ... enfim, de tudo que gosto e mais um pouco.

Tenho 2 canais no Youtube, um deles é o **NiinaSecrets**, voltado para dar dicas de beleza. E também tenho o **NiinaVlog**, que é um mini reality show da minha vida.

Estou online em todas as minhas redes sociais 24 horas por dia, 7 dias na semana, assim consigo ficar mais próxima dos meus leitores.

Caso queira entrar em contato, mande email para:  
contatoninasecrets@gmail.com

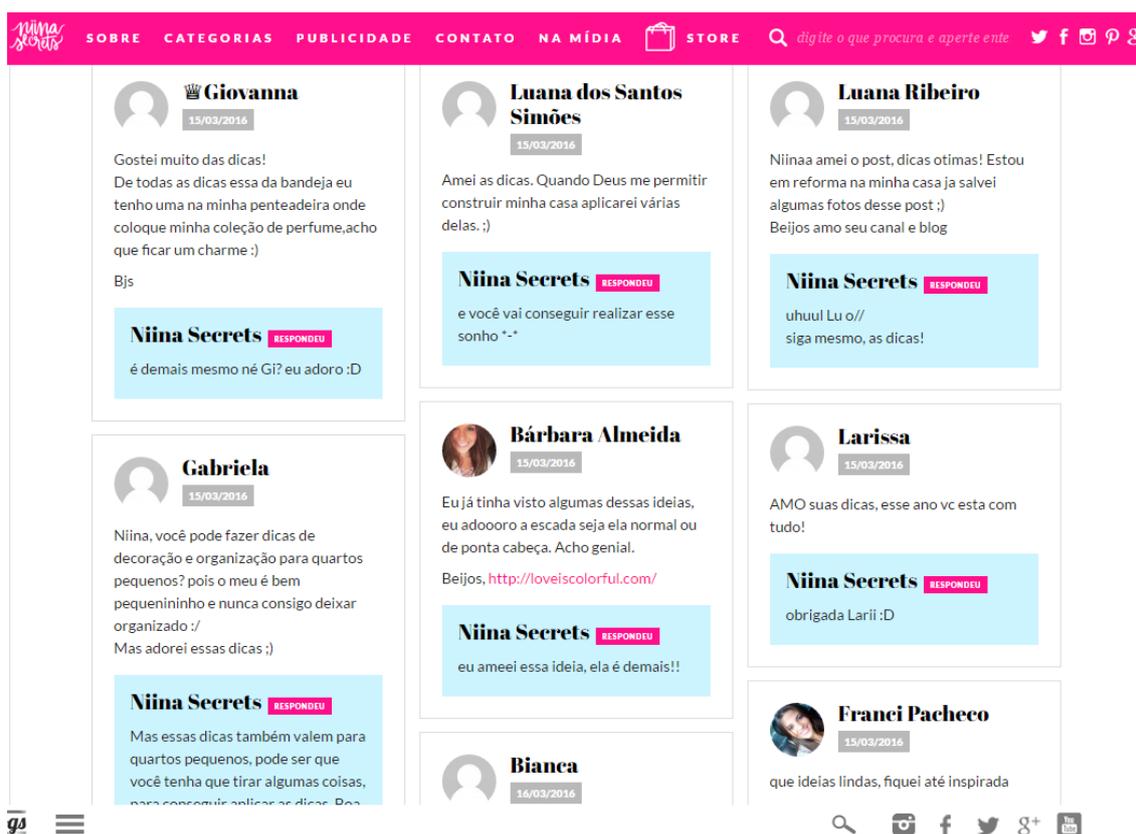
Beijos <3

Fonte: <http://niinasecrets.com.br/sobre/#content> acesso em 16/06/2016

Os laços sociais gerados pela interação dos atores são chamados de conexões. É a variação dessas conexões o principal foco das redes sociais, pois, são essas que alteram as estruturas dos grupos sociais, através de um comentário ou de um rastro deixado na rede, podem-se perceber as trocas sociais (RECUERO, 2009, p. 30). Os comentários dos leitores deixados nos blogs não são apenas direcionados às blogueiras, mas sim a todos que leem, "um verdadeiro debate de fato passa a ocorrer entre os visitantes diários" (PRIMO, 2007 apud ZAGO, 2010).

Para Recuero (2009) interações são partes do que os atores percebem daquilo que está à sua volta, influenciadas por isto e pelas motivações particulares do ator. Interação é, portanto, comunicação entre duas partes, o ator expressa suas opiniões, mas isto não é interagir, é preciso que essas opiniões sejam compartilhadas, ou ao menos, vistas pelo outro, para que exista interação. Por exemplo, quando uma blogueira escreve na rede sua opinião sobre determinado assunto e um leitor comenta, esse leitor passa a interagir (ver figura 2), e é assim que se forma uma rede social.

Figura 2: Print dos comentários em uma postagem do blog Niina Secrets



Fonte: <http://niinasecrets.com.br/2016/diy-dicas-para-organizar-sua-casa/#content> acesso em 16/06/2016

Segundo Recuero (2009) para que existam essas conexões, é necessário ter uma plataforma, que seria o site da rede social, seja ela blog, facebook ou fotolog, desde que tenha ferramentas que possibilitem a livre comunicação e interação do leitor com quem escreve, é considerada uma rede social. O ator tem alguns valores a partir do momento que adentra em uma rede social, tais como: reputação, visibilidade, autoridade e popularidade. O que o ator expõe na rede sobre suas escolhas e valores, é a sua reputação, a partir do momento que o ator se mostra e se expõe em uma rede social, isto já lhe dá uma visibilidade, de ser visto pelo outro. O poder que ele tem de influência sob as pessoas que estão lendo e interagindo com ele é a sua autoridade, e por fim, a popularidade se dá pelo número de leitores que ele possui na rede, quanto mais visibilidade, mais popularidade.

Recuero (2009) diz que a receptividade dos leitores para com o conteúdo expresso, influencia diretamente na decisão do autor sobre o que será publicado na rede social. O ator passa a perceber quais são os gostos e informações que atraem

e conquistam o seu público através do *feedback*<sup>7</sup> deixado por eles em suas postagens, os chamados comentários. Um grande exemplo do quanto à satisfação do leitor influencia, é quando os leitores fazem algum pedido de postagem por comentário, ou quando querem de determinado assunto seja abordado no blog, e o blogueiro o atende. Isso mostra claramente essa relação de interação e de preocupação com o feedback do público.

### 2.2.2 Blogs

Os primeiros indícios de blog se deram quando Jorn Barger, em 1997, utilizou o termo *weblog* (web: rede + log: arquivo da web), naquela época os *weblogs* eram iguais a qualquer outro site, até surgir às ferramentas de publicação, em 1999, no mesmo ano que o *Blogger*<sup>8</sup> foi lançado. Esse sistema facilitou bastante na publicação e manutenção dos sites, visto que não eram necessários muitos conhecimentos sobre *HTML*<sup>9</sup> para manter a plataforma funcionando corretamente (AMARAL, et. al., 2009).

Em 2004 o Google comprou o Blogger e isto deu início à grande ascensão dos blogs na época. O número de blogs dobra a cada seis meses e meio, e são feitas 18,6 postagens por segundo. Isso só reafirma que os blogs são espaços de socialização (SIFRY, 2006 apud MONTARDO; PASSERINO, 2006). Naquela época, os blogs eram usados como diários virtuais e pessoais, onde as pessoas podiam expor seus pensamentos e experiências, com o passar dos anos, se tornou um espaço não só particular, mas também aberto ao público, com outros assuntos de interesse do leitor. No entanto, os autores defendem que “os weblogs, portanto, não foram criados com o fim exclusivo de servirem como “diários eletrônicos”, mas simplesmente como formas de expressão individual” (PRIMO; RECUERO; 2003, p. 56).

A estruturação do blog depende muito do autor, cada autor julga o que é necessário ter em seu blog, acredita-se que, o que determina se uma página da web é um blog seria a ordem cronológica das postagens inversa, ou seja, as últimas

---

<sup>7</sup> Feedback: informação que o emissor obtém da reação do receptor à sua mensagem, e que serve para avaliar os resultados da transmissão.

<sup>8</sup> Blogger: plataforma que hospeda grande parte dos blogs que existem - <https://www.blogger.com/>

<sup>9</sup> HTML: linguagem de marcação utilizada na construção de páginas na Web.

publicações de um blog são mostradas no topo da página e não no final (BLOOD, 2000 apud MONTARDO; PASSERINO, 2006). “O dicionário MarketingTerms.com define blog como uma publicação frequente e cronológica de pensamentos pessoais e de links da web” (ROCHA, 2003, p. 76). Já para Amaral et al. (2009) se houver publicações e espaço para que o público interaja a partir de comentários, isto já caracteriza um blog. Para os autores, o blog é muito mais que essa estruturação de postagem e comentário, é uma ferramenta de comunicação que é usada para publicar conteúdo e gerar audiência. Phoebe (2007) apud Zago (2010) ressalta que nem todos os blogs seguem o mesmo padrão do que inicialmente se tinha por um blog, área de comentários, postagens em ordem cronológica inversa, etc., algumas ferramentas foram adicionadas de acordo com a evolução da tecnologia e estes blogs adeptos a essa tecnologia podem ser caracterizados de várias formas, inclusive chamados de microblogs, fotologs, audiologs etc, e ainda continuam fazendo parte da blogsfera.

Coutinho (2015) ressalta que há espaço para todos na blogsfera e que só basta ter amor pelo o que faz, linguagem própria e frequência nas postagens. Ela ressalta ainda que, é preciso ter responsabilidade sobre o que está sendo postado, pois blogueiras são formadoras de opinião.

Os blogs são importantes principalmente pela relação custo/benefício, onde se pode alcançar o público desejado com pouquíssimo investimento e ainda liderar as buscas na internet, visto que, os blogs são atualizados com mais frequência que um site institucional. “As informações e contatos mantidos em blogs vinculados a empresas frequentemente rendem posts e comentários em outros blogs, o que resulta em propaganda gratuita” (PRIMO, 2008, p. 123).

Uma blogueira não é apenas uma transmissora de notícias, o que elas escrevem é de certa forma, seus gostos e opiniões. O layout diz muito sobre a autora do blog. A personalização gráfica do layout e o seu conteúdo é definido pela autora de acordo com o seu gosto, tornando-o único e personalizado, e expressando ainda mais o seu eu, para os outros. Por exemplo, a blogueira Taciele Alcolea tem o blog há mais de quatro anos, e a diferença do seu primeiro layout (figura 3) em 2012 para o seu layout atual (figura 4), hoje em 2016, mostra o

quanto ela personalizou seu espaço ao longo dos anos e o quanto essa personalização e organização facilitou a navegação do usuário.

A blogueira Taciele Alcolea que construiu seu primeiro layout com ferramentas que o próprio Blogger fornece, se tratando de um layout gratuito e disponibilizado pela plataforma para que a blogueira use-o como base para personalização. Taciele colocou o seu estilo e o seu gosto pelo rosa estampado no layout, nota-se a pouca legibilidade das informações, a falta de hierarquia e a poluição visual. Ela não se preocupou com a usabilidade do site, apenas com a estética e a personalização.

Figura 3: Layout do blog da Taciele Alcolea em 2012

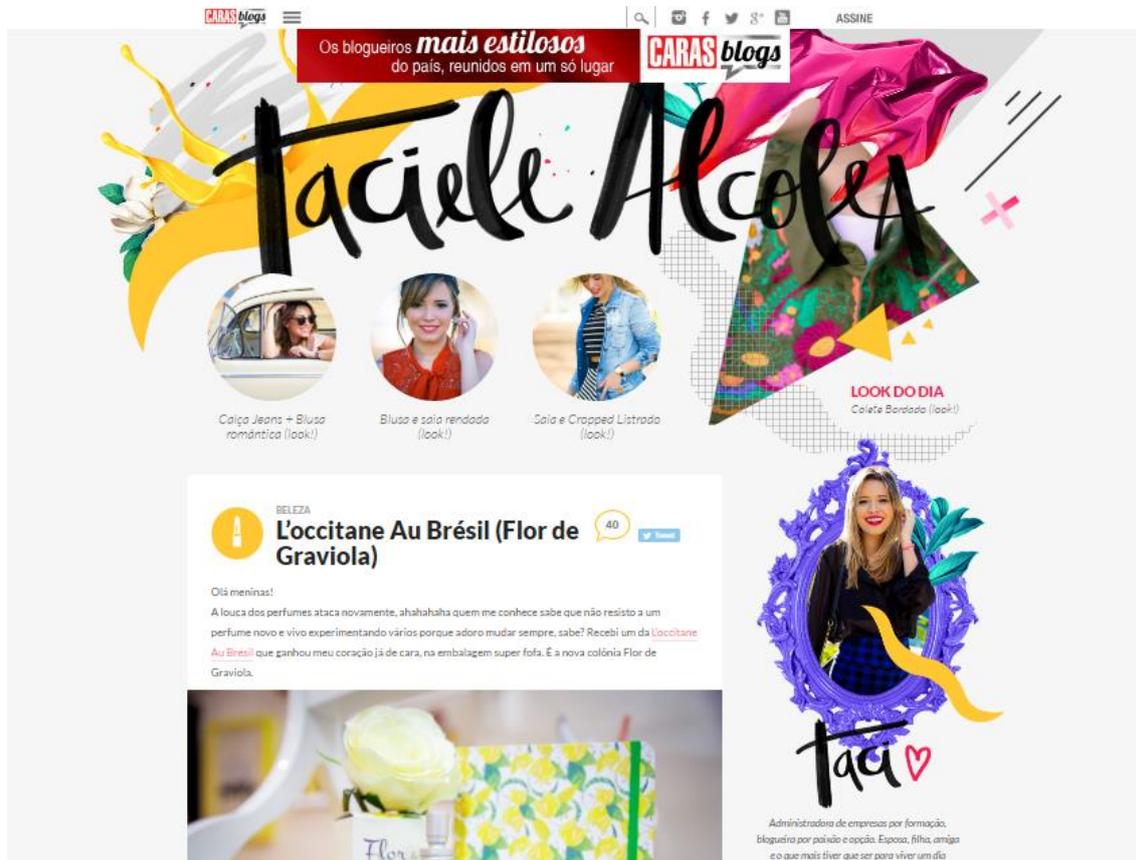


Fonte: <http://goo.gl/6wbm4G> acesso em 17/06/2016

Mais tarde, ela confiou no trabalho do estúdio de design Young Dog, modificando e personalizando o layout sem fugir da sua personalidade, sem perder o seu estilo alegre, menininha e colorido de se expressar, mas, agora com o devido profissionalismo que o blog demandava, com uma melhor organização das

informações, com hierarquização, peso visual equilibrado, menos contraste, mais legibilidade e ergonomia visual adequada.

Figura 4: Layout do blog Taciele Alcolea em 2016



Fonte: <http://www.tacielealcolea.com/> acesso em 17/06/2016

Vale ressaltar que o layout apesar de personalizado, deve ser bem estruturado, facilitando a navegação do leitor, não pode ser apenas estético, tem que ser funcional, sua usabilidade deve ser preservada. Caso o leitor se sinta perdido, as chances dele não querer mais retornar ao blog são grandes, é preciso que ele se sinta parte daquele grupo e que também se reconheça nessa conexão, entre blogueira, leitor e meio virtual.

### 2.2.3 Blogagem coletiva

Hoje, qualquer pessoa pode liberar conteúdo na internet, através dos blogs, editoras coletivas, *podcast*<sup>10</sup> etc. Esse conteúdo torna-se unido e de fácil busca

<sup>10</sup> Podcast: nome dado ao arquivo digital de áudio, frequentemente em formato MP3.

quando a blogueira usa uma tag para referenciar o conteúdo. Quando o usuário quer ler sobre aquele determinado assunto, ele faz a busca na caixa de pesquisa do blog, e aparecerão todas as postagens já escritas sobre aquele assunto, representadas por uma palavra, a que chamamos de tag (AMARAL, et. al., 2009). A blogueira Taciele Alcolea usa as tags por meio de ícones, na lateral esquerda do blog, de fácil acesso a todos os leitores. Quando o leitor clica em “Moda”, por exemplo, abre todas as postagens que possuem a tag “Moda” (ver figura 5).

Figura 5: Print do blog Taciele Alcolea



Fonte: <http://www.tacielealcolea.com/categoria/moda/> acesso em 22/06/2016

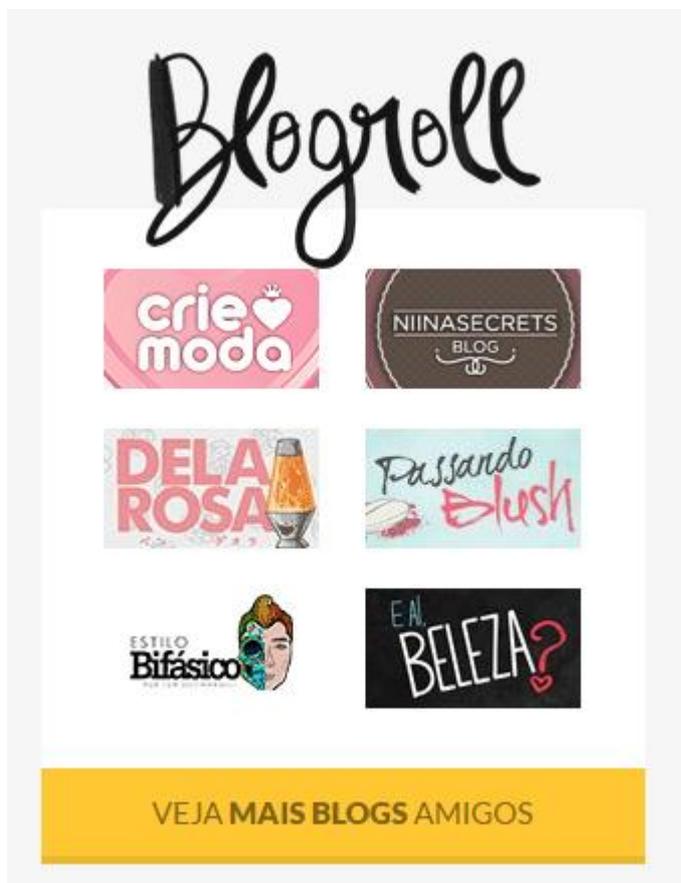
Antes mesmo da web 2.0<sup>11</sup> surgir, as blogueiras já tinham o costume de mostrar em seu blog conteúdos dos seus interesses, permitindo que os leitores visualizassem essas informações, “o blog permite ao blogueiro e aos internautas criar novas trilhas, criar novos nós e links” (PRIMO; RECUERO, 2003, p.56). A proposta inicial era mostrar blogueiras num espaço do blog, chamado de *blogroll*<sup>12</sup>, a blogueira listava alguns blogs amigos e que compartilhavam dos mesmos interesses e assuntos do seu blog, mostrando esses blogs de forma que o leitor precisava apenas clicar no link para ser redirecionado, fazendo assim também a indicação desses blogs aos seus leitores. Esses links podem ser por meio de

<sup>11</sup> Web 2.0: O termo, que faz um trocadilho com o tipo de notação em informática que indica a versão de um software, foi popularizado pela O’Reilly Media e pela MediaLive International como denominação de uma série de conferências que tiveram início em outubro de 2004 (O’Reilly, 2005).

<sup>12</sup> Blogroll: lista de blogs e sites que o blogueiro recomenda e geralmente é colocada na sidebar.

*nicknames* ou por meio de um pequeno banner contendo a identidade visual do blog indicado, assim como a Taciele Alcolea usa em seu blog (figura 6).

Figura 6: Lista de blogs indicados no blog da Taciele Alcolea



Fonte: <http://www.tacielealcolea.com/> acesso em 20/06/2016

Essa relação de estar presente no blogroll de um blog é útil para que o blog ganhe visibilidade na rede, possibilitando as blogueiras de se visitarem, interagirem comentando nas postagens e deixarem os seus endereços para que a visita seja retribuída. Segundo Recuero (2003), essa interação entre blogueiros formam “webring”, que seriam os círculos de relações entre blogueiros que se linkam e se visitam mutuamente (figura 7).

A blogueira Taciele Alcolea e a Heloísa, do blog Dela Rosa, têm essa relação de parceria, onde uma indica a outra, além de gerar mais audiência para ambas, mostra a relação de amizade que existe entre elas.

Figura 7: Blogroll do blog Dela Rosa



Fonte: <http://delarosa.com.br/> acesso em 22/06/2016

Um grupo de blogueiras que leem os blogs uns dos outros, buscam conteúdos nos blogs dos que compõem esse grupo, seja para saber o que os outros pensam a respeito do assunto, ou para ler opiniões diferentes e formar sua própria opinião. Às vezes essa busca por informações acaba resultando em uma descoberta de postagens que interessem à blogueira-leitora (AMARAL et. al., 2009).

Assim como as blogueiras, os leitores também possuem um blogroll, ou uma lista de blogs favoritos que acessam com frequência. Dessa forma, a busca por informação nos blogs é facilitada pela tematização, ou seja, quem lê sobre maquiagem tem em sua lista blogs que postam e têm como assunto maquiagem, assim como blogueiras que abordam esse tema, passam a ser ícones de inspiração e confiança desses leitores (AMARAL et. al., 2009).

Dessa forma, os blogs, antes mesmo de se ouvir falar em web 2.0, concederam a liberdade de publicação ao usuário comum. Hoje, a folksonomia vem permitir ao usuário, por meio da representação do conteúdo, a organização dos dados para posterior recuperação. Com tais possibilidades, os blogs, as ferramentas de busca que se restringem a esse tipo de página e também a folksonomia são vistos como um processo alternativo de representação e recuperação de conteúdo na web capaz de contornar as dificuldades dos sistemas de busca baseados em uma organização limitada e apenas eficiente quando o termo adequado é digitado no momento da procura pela informação. Agora, os usuários podem percorrer novos caminhos por conta própria e não mais permanecer presos às limitações dos buscadores (AMARAL, et. al., 2009, p. 249).

Blogs começam e terminam todos os dias na rede. Há blogueiras que abandonam o blog por algum motivo, param de postar e somem. Algumas por não

conseguirem o retorno desejado, por não conseguirem criar conexões com os leitores, mas, há blogueiras comprometidas com o seu público, que se preocupam em postar todos os dias, às vezes até mais de uma vez por dia. “São blogs que assumem um compromisso com seus leitores, trazendo a informação, comentando-a, permitindo a discussão e atualizando o decorrer dos acontecimentos” (AMARAL et. al., 2009, p. 250).

Essa atualização de acontecimentos é feita muitas vezes pelos próprios leitores, que comentam no post avisando à blogueira sobre tal atualização, ou seja, nem sempre a blogueira tem a informação em primeira mão, às vezes os leitores leem em outro site e passam a informação adiante. Dessa forma, um blog não é composto apenas pela blogueira e pelo espaço para expor sua opinião, mas pela troca de informações e pelas conexões que existe entre a blogueira, as informações da rede e o retorno dos leitores, seja por meio de comentários, pedidos de postagens, etc.

O Blogger possui uma ferramenta em seu painel que mostra os últimos posts que foram ao ar dos blogs seguidos (figura 8), possibilitando que essa busca por informação se torne mais fácil, “permitindo ao internauta que faz uma busca ter constantemente à disposição o que vem sendo atualizado na blogosfera nos últimos minutos” (AMARAL et. al., 2009, p. 250).

Figura 8: Print do painel do Blogger visto pelo administrador da conta



The screenshot shows the Blogger dashboard interface. At the top, there is a header with the Blogger logo and the text "Blogs de Thamyres". Below this, there is a navigation bar with "Lista de leitura" and "Todos os blogs". The main content area is divided into two columns. The left column contains a sidebar with a "Adicionar" button and a list of blogs including "Todos os blogs", "Blogger Buzz", "Milena Bessa", "Delírios de consumo da Ka", "Raquel Moreira", "It closet", "I #By Marizinha I", "I ♥ Pink-online", "#Sorteios | Point Dos Sor...", "\* Pam News", "\*\*Branquela Sardenta\*\*", and "\*Mix da Nany\*". The right column displays a post preview for "Por que adultos tem espinhas?" by Renata Stanquiniem E ai, Beleza? - Há 56 minutos. The preview includes a small image placeholder and a text snippet: "Quando vemos um adolescente com muitas espinhas no rosto, achamos totalmente normal... 'É a idade!' – afirmamos. Mas o que nos intriga mesmo é quando essa maldita acne insiste em aparecer em uma pessoa adulta que já saiu há anos da puberdade. Infelizmente, a acne ainda segue em muita gente depois dos 25 anos de idade (mais em mulheres do [...]) O post Por que adultos tem espinhas? apareceu primeiro em E ai, Beleza?". Below the first post, there is another preview for "Lançamento – Esmalte Spray da Impala" by noreply@blogger.com (Testando Produtos Cosméticos)em Testando Produtos Cosméticos - Há 6 horas. The preview includes a small image placeholder and a text snippet: "[image: impala spray] Olha essa notícia, a Impala vai lançar no mês que vem (julho) a sua Coleção Nail Spray. Eu ando lendo muito e vendo vídeos sobre esse tal esmalte spray e confesso que não tinha me animado, pois algumas marcas eram caras e deixavam a desejar, vamos ver se a Impala surpreende. Aliás tenho que deixar aqui minha menção para a coleção da Sandy, juro que não vou com a cara dela, mas os batons (principalmente) são incríveis. Mas vamos lá para o lançamento, segundo a fabricante: A Impala, sempre atenta às tendências, inspirou-se na rotina das mulheres modernas para... mais »".

Fonte: <https://www.blogger.com/home> acesso em 22/06/2016

### 3.0 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

Ao trabalharmos a análise dos blogs, bem como o questionário aplicado aos possíveis leitores dos blogs, definimos as seguintes etapas a serem realizadas como estruturação do procedimento metodológico desta pesquisa em questão.

Tabela 1: Procedimento metodológico

Etapa 1	Selecionar os blogs
Etapa 2	Construir os instrumentos de análise (Questionário e Modelo de Análise)
Etapa 3	Aplicação do questionário
Etapa 4	Resultados
Etapa 5	Análise dos resultados
Etapa 6	Análise visual dos blogs

Fonte: da autora

#### **Etapa 1. Selecionar os blogs**

Foram selecionados 5 blogs de moda, que tratam dos mesmos assuntos, possuem a mesma proposta - de ser um blog pessoal e gerar renda - e possuem os mesmos elementos no layout, para que eles estivessem no mesmo nível visual, ao serem colocados em análise.

#### **Etapa 2. Construir os instrumentos de análise (Questionário e Modelo de Análise)**

As perguntas foram construídas para que possamos identificar se as pessoas que o responderão conhecem e/ou visitam os blogs analisados, quais itens do layout os atrai e quais eles modificariam, para que, seja possível comparar estes itens na etapa 4.

#### **Etapa 3. Aplicação do questionário**

O questionário foi aplicado online por meio de um formulário do Google Docs, no qual as pessoas tiveram acesso ao link com o layout completo de cada blog analisado, antes de responder as perguntas.

#### **Etapa 4. Resultados**

Ao analisarmos observamos que os blogs não eram tão conhecidos entre o grupo de pessoas que responderam ao questionário, mas, ainda assim eles conseguiram analisá-los visualmente e explicar o que deveria ser mudado e o que os atrai nos layouts.

#### **Etapa 5. Análise dos resultados**

Acreditamos que, para uma futura pesquisa, o grupo selecionado deveria ter conhecimento prévio dos blogs em análise.

#### **Etapa 6. Análise visual dos blogs**

Se fez necessário saber o que os blogs têm em comum e o que não têm, nos layouts. Separamos os itens a serem analisados e comparados entre os blogs: Menu do topo, identidade visual, perfil da sidebar, categorias, tipografia, postagem, cores, redes sociais e footer. Estes itens foram escolhidos pela pesquisadora enquanto blogueira.

### **4.0 QUESTIONÁRIO**

Para obtenção dos dados da pesquisa, utilizamos os métodos quantitativo e qualitativo, elaborando o questionário de forma semiestruturada, ou seja, possui perguntas abertas e fechadas, onde as pessoas terão mais liberdade de se expressar e os dados serão obtidos com mais clareza.

Foi selecionado um grupo de 42 pessoas para responder o questionário, o grupo tem em comum o fato de serem todos alunos de design da Universidade Federal de Pernambuco, Campus do Agreste. Com o objetivo de identificar como os alunos percebem o design nos blogs de moda, selecionamos alunos de design, das ênfases gráfico, produto e moda, para responder à pesquisa, visto que, eles entenderiam com mais facilidade os elementos à serem analisados e comparados na pesquisa.

O seguinte questionário foi aplicado online aos participantes, visando conseguir um maior número de respostas. O link do questionário foi disponibilizado no dia 04 de outubro de 2016 em um grupo de alunos de design no Facebook e

permaneceu por 15 dias para que fosse respondido pelos alunos. A plataforma utilizada foi o Google Docs.

Figura 9 - Print do questionário realizado

## Formulário de pesquisa para elaboração do TCC "Audiência visual: A influência do design gráfico para o crescimento dos blogs de moda."

OBS: Por favor, para responder devidamente as questões abaixo, abra os links clicando-os, para melhor visualizar os blogs citados na pesquisa.

### Blog Boca Rosa

<http://i.imgur.com/dskXGnV.png>

### Blog Fabi Santana

<http://i.imgur.com/weEg45a.png>

### Blog Taciele Alcolea

<http://i.imgur.com/YHyDQeB.png>

### Blog Niina Secrets

<http://i.imgur.com/Ngl60gy.png>

### Blog Evelyn Regly

<http://i.imgur.com/MqEyLgu.png>

### 1. Qual sua ênfase? \*

- Moda
- Gráfico
- Produto

### 2. Você acessa blogs? \*

- Sim
- Não

Fonte: da autora

Figura 10 - Print do questionário realizado

3. Você conhece os blogs listados acima? Se sim, quais? \*

- Boca Rosa
- Fabi Santana
- Taciele Alcolea
- Niina Secrets
- Evelyn Regly
- Não conheço nenhum dos blogs

4. Com qual frequência você acessa os blogs listados?

- Nenhuma vez
- Apenas uma vez
- 10 vezes
- 20 vezes
- Mais de 20 vezes

5. O que mais atrai seu olhar num blog de moda? \*

Texto de resposta curta

6. Marque quais são os itens importantes para você, em um layout de um blog de moda. \*

- Identidade Visual
- Menu no topo
- Tipografia legível
- Imagens de boa qualidade
- Cores
- Fácil navegação
- Personalidade da blogueira explícita no layout
- Redes sociais acessíveis
- Dinamismo

Figura 11 - Print do questionário realizado

7. Qual layout dos blogs é mais interessante pra você? \*

- Boca Rosa
- Fabi Santana
- Taciele Alcolea
- Niina Secrets
- Evelyn Regly

Por quê? \*

Texto de resposta longa

---

8. Você se sente influenciada(o) a permanecer em algum dos blogs apresentados, ou ainda, se tornar leitor(a)? Se sim, por quê? \*

Texto de resposta longa

---

9. Se você tivesse que modificar alguma coisa no layout de um desses blogs, qual modificaria? \*

- Boca Rosa
- Fabi Santana
- Taciele Alcolea
- Niina Secrets
- Evelyn Regly
- Não modificaria nada, todos estão agradáveis.

O que modificaria no blog escolhido?

Texto de resposta curta

---

Fonte: da autora

#### 4.1 Resultados

Ocorreram erros na pesquisa que pretendo corrigir, o google docs não ligou as respostas pessoais aos itens selecionados em duas das perguntas da pesquisa, pretendo mudar de plataforma para melhor obtenção dos dados. Algumas

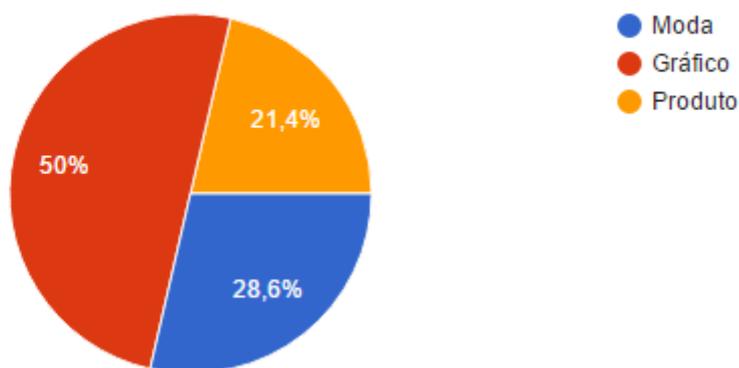
dificuldades foram encontradas, a Evelyn Regly mudou o layout durante a minha pesquisa, o que não a tornou inválida, pois eu já tinha feito o registro de todo o layout dela. Outra dificuldade foi de não ter conseguido acessar o html dos layouts, para dizer com mais precisão quais tipografias cada uma estava utilizando na hora de apurar os dados, o html é protegido e não tive acesso.

## 4.2 Análise dos resultados

A pesquisa foi realizada com 42 alunos do curso de Design da Universidade Federal de Pernambuco, Campus do Agreste, sendo eles do sexo masculino e feminino e que estão cursando a partir do 3º período. Foi usado como plataforma o Google Docs. Os alunos tiveram acesso a cinco layouts selecionados (em anexo) para auxiliar e dirigir a pesquisa.

Figura 12: Print da pergunta 1

### 1. Qual sua ênfase? (42 respostas)

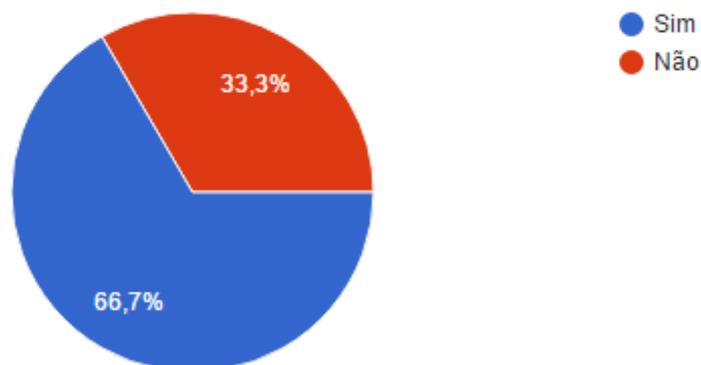


Fonte: da autora

Os alunos não se restringiram apenas na ênfase de design gráfico (ver figura 12), sendo apenas 50% deles. Os outros 50% foram alunos de moda e produto, que ainda assim conseguiram analisar os layouts dos blogs e responder à pesquisa.

Figura 13: Print da pergunta 2

## 2. Você acessa blogs? (42 respostas)

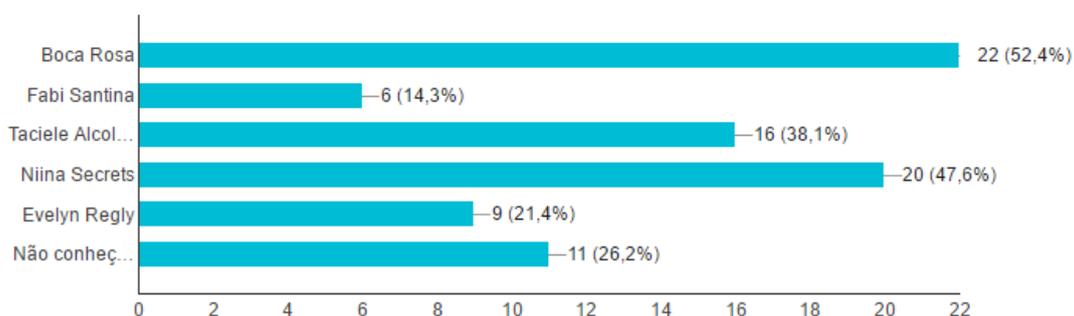


Fonte: da autora

Foi importante para pesquisa que os alunos tivessem ao menos um primeiro contato com algum blog para que eles tivessem mais certeza em suas análises, 66,7% dos alunos acessam blogs (ver figura 13). Para saber se os alunos estão familiarizados com esta mídia social e a forma de divulgar o conteúdo.

Figura 14: Print da pergunta 3

## 3. Você conhece os blogs listados acima? Se sim, quais? (42 respostas)

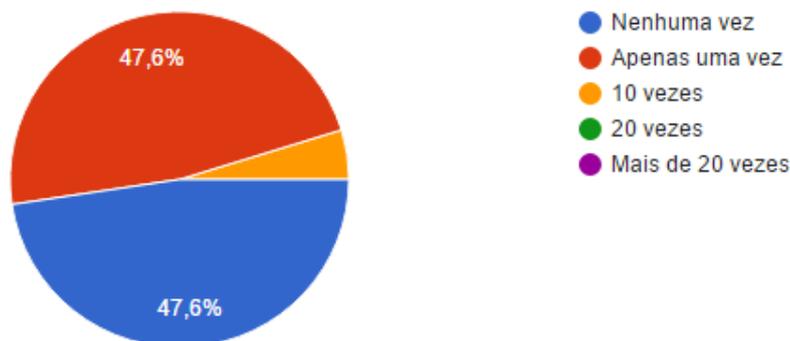


Fonte: da autora

Como não restringimos a pesquisa a leitores dos blogs de moda, alguns nunca tinham acessado blogs (ver figura 14). O blog mais conhecido foi o da Boca Rosa.

Figura 15: Print da pergunta 4

#### 4. Com qual frequência você acessa os blogs listados? (42 respostas)



Fonte: da autora

Somente 4,8 dos alunos que responderam a pesquisa visitaram mais de 10 vezes os blogs (ver figura 15), o que poderíamos supor que seriam leitores fiéis do blog e poderiam afirmar com certeza as perguntas seguintes. No entanto, a primeira impressão de um blog é o que garante que o leitor se sinta confortável e permaneça no blog.

#### 5. O que mais atrai seu olhar num blog de moda?

Observamos que os alunos responderam de formas diferente, porém que nos leva à dois denominadores que caracterizam suas respostas, Layout e Infomoda, dessa forma, caracterizamos:

Tabela 2: Caracterização dos dados da pergunta 5

LAYOUT	Usabilidade Cores Tema Interface Diagramação Fotografia Legibilidade Praticidade Organização Hierarquia
--------	--

	<b>Identidade visual</b>
<b>INFOMODA</b>	<b>Novidades</b> <b>Dicas</b> <b>Looks</b> <b>Conteúdo</b> <b>Moda</b> <b>Tendências</b> <b>Vestuário</b> <b>Linguagem</b> <b>Estilo</b> <b>Comunicação</b>
<b>NÃO COMPREENDEU</b>	<b>NÃO COMPREENDEU</b>

Fonte: da autora

**Tabela 3:** Apuração de respostas da pergunta 5

ALUNOS	TRANSCRIÇÃO DAS RESPOSTAS	PALAVRAS CHAVES	INTERPRETAÇÃO
Aluno 1	O layout	Layout	O layout do blog como um todo.
Aluno 2	O layout	Layout	O layout do blog como um todo.
Aluno 3	As abordagens de tema é assunto, e é claro se tiver um layout e interface aconchegante.	Layout, interface, tema	A forma como o tema é abordado e os assuntos são tratados, além de ter uma interface e layout aconchegantes.
Aluno 4	O layout	Layout	O layout do blog como um todo.
Aluno 5	Não é meu foco	Aluno não compreendeu a pergunta	Aluno não compreendeu a pergunta
Aluno 6	A proposta visual do blog com o conteúdo, o conteúdo.	Visual, conteúdo	O conteúdo do blog funcionando junto ao layout.
Aluno 7	O layout da pagina e a praticidade nas operações realizadas assim como a legibilidade do texto	Layout, Legibilidade, praticidade	A praticidade no blog, legibilidade do texto junto ao layout.
Aluno 8	Diagramação e conhecimento sobre o tema	Diagramação, tema	A diagramação do layout junto ao domínio do tema.
Aluno 9	ter a possibilidade de encontrar as matérias mais lidas, com maior facilidade	Matérias mais lidas, facilidade	Praticidade para encontrar o que deseja.
Aluno 10	Roupas, acessórios, cortes de cabelo, penteados que nunca saem de moda	Temas, moda	Facilidade para encontrar os temas diversos e de gosto pessoal de cada um.
Aluno 11	Conteúdos diversos e atualizados	Conteúdo	Conteúdo do blog e frequência na atualização.
Aluno 12	o layout	Layout	O layout do blog como um todo.
Aluno 13	O layout e as cores	Layout, cores	O layout do blog como um

			todo, focando nas cores.
Aluno 14	Tendências... Parte gráfica ... Texto...	Tendências, parte gráfica, texto	O layout como um todo, tendências de moda e texto legível.
Aluno 15	Cores, organização e usabilidade	Cores, organização, usabilidade	Organização do layout, cores e fácil navegação.
Aluno 16	A identidade visual (que me identifique com o estilo) e informações acessíveis (moda aplicável ao dia-a-dia).	Identidade visual, informações acessíveis	Informações de fácil acesso e identidade visual.
Aluno 17	As fotografias em boa qualidade, muitas vezes nem leio o conteúdo, apenas observo as fotos/imagens.	Fotografia, Fotografia qualidade	Imagens em alta definição.
Aluno 18	Novidades sobre moda e comportamento	Novidades	Atualização frequente das novidades do mundo da moda.
Aluno 19	Combinações de peças de vestuário	Vestuário	Looks do dia elaborados pelas blogueiras.
Aluno 20	Blog Fabi Santana	Aluno não compreendeu a pergunta	Aluno não compreendeu a pergunta
Aluno 21	layout prático, dicas, tendências	Layout, dicas, tendências	Praticidade no layout, dicas e tendências de moda.
Aluno 22	difícil acesso blogs de moda, novidade de eletrônicos estéticos chamam mais minha atenção	Novidades	Novidades sobre eletrônicos.
Aluno 23	Composição de cores no look	Cores, look	Looks do dia elaborados pelas blogueiras com foco nas cores.
Aluno 24	dicas de moda	Dicas	Dicas referentes à moda.
Aluno 25	Niina Secrets	Aluno não compreendeu a pergunta	Aluno não compreendeu a pergunta
Aluno 26	Cores, identidade da marca do blog, hierarquia das informações, organização em toda mancha gráfica do blog	Cores, Identidade visual, hierarquia	Hierarquia e organização nas informações no layout, bem como as cores e identidade visual.
Aluno 27	a linguagem com a qual a blogueira se expressa; a forma de passar as informações; a relevância das informações passadas ali; e, o estilo da blogueira, se ela é mais menininha, ou se é mais antenada, ou se só recolhe informações sem fundamentos e repassa no blog, enfim, td isso!	Linguagem, informações, estilo	A linguagem abordada pela blogueira para transmitir as informações, bem como sua maturidade em passar o conteúdo adiante.
Aluno 28	As tendências	Tendências	Tendências de moda.
Aluno 29	layout, a forma como a blogueira se comunica com o visitante	Layout, forma como se comunica	O layout como um todo e a comunicação da blogueira com os leitores.
Aluno 30	O layout	Layout	O layout do blog como um todo.
Aluno 31	Gosto de olhar o embasamento teórico que a blogueira tem em relação ao conteúdo que a mesma esta transmitindo para seus leitores.	Embasamento teórico, conteúdo	A maturidade e embasamento da blogueira em passar o conteúdo adiante.
Aluno 32	conteúdo relevante e do meu interesse	Conteúdo	Conteúdo que atinja o gosto do leitor.
Aluno 33	Conteúdo.	Conteúdo	O conteúdo.
Aluno 34	Estilo	Estilo	O estilo da blogueira e do blog como um todo.
Aluno 35	Dicas	Dicas	Dicas de moda
Aluno 36	looks	Looks	Looks do dia elaborados

Aluno 37	Imagens de boa qualidade	Imagens, qualidade	pelas blogueiras. Imagens em alta definição.
Aluno 38	Dia a dia das blogueira, olhar delas sobre moda, a forma que elas traduzem o complexo mundo da moda	Dia a dia, mundo da moda	A maturidade da blogueira em passar os seus conhecimentos sobre moda para os leitores, bem como expor o seu dia a dia.
Aluno 39	Ilustrações no layout	Ilustrações, layout	O layout como um todo de forma que exista ilustrações.
Aluno 40	Conteúdo	Conteúdo	O conteúdo do blog.
Aluno 41	Dicas de moda	Dicas, moda	Dicas de moda.
Aluno 42	Tópicos com dicas para reproduzir alguma peça de roupa.	Dicas, peças de roupa	Looks do dia elaborados pelas blogueiras e sugestões de como usar as roupas para compô-los.

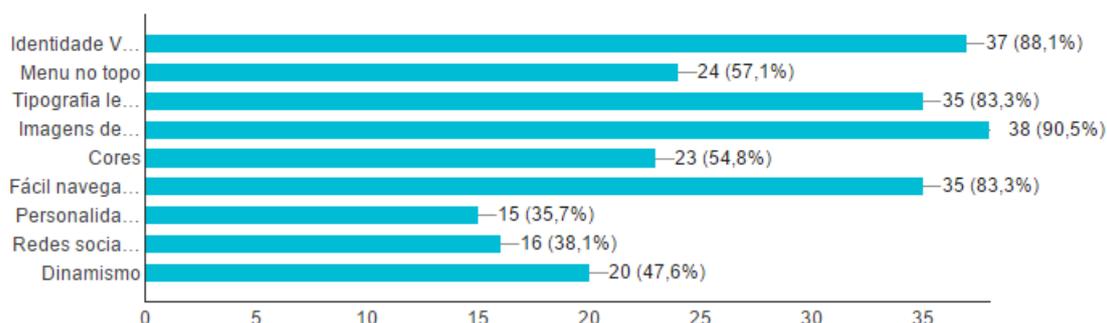
Fonte: da autora

Fizemos uma apuração separando por cores, para poder analisar melhor qual dos dois denominadores atrai o olhar do leitor. Sendo 22 alunos responderam **LAYOUT**, 23 alunos responderam **INFOMODA** e 3 alunos **NÃO COMPREENDERAM A PERGUNTA**.

Figura 16: Print da pergunta 6

## 6. Marque quais são os itens importantes para você, em um layout de um blog de moda.

(42 respostas)

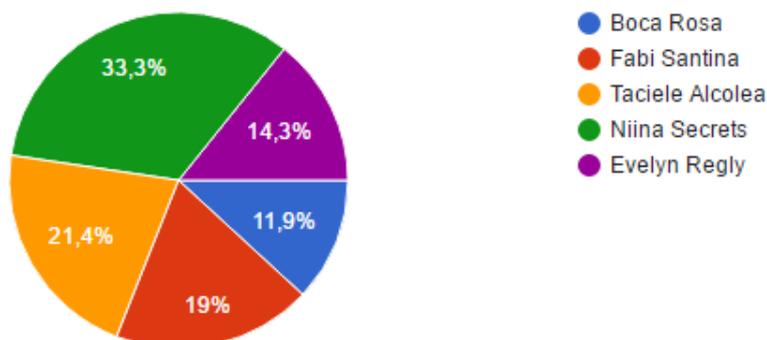


Fonte: da autora

Dos itens julgados como os mais importantes em um layout estão: 1. Imagens de boa qualidade - 2. Identidade visual - 3. Tipografia legível - 4. Fácil navegação - entre os mais votados (ver figura 16). Esse resultado mostra que os alunos, mesmo de moda e produto, valorizam o design dentro de um blog, quando citam que uma identidade visual é importante no layout.

Figura 17: Print da pergunta 7

### 7. Qual layout dos blogs é mais interessante pra você? (42 respostas)



Fonte: da autora

Apesar do blog Boca Rosa ser o mais conhecido pelos alunos, eles votaram que o mais interessante seria o da Niina Secrets (ver figura 17). Mesmo os que não conheciam e não visitaram os blogs antes, conseguiram distinguir qual seria o mais interessante, seja pelo visual ou pelo conteúdo.

Por quê?\*

\*Ocorreu um erro no Google Docs pois o sistema não linkou o blog escolhido na pergunta 7 à resposta.

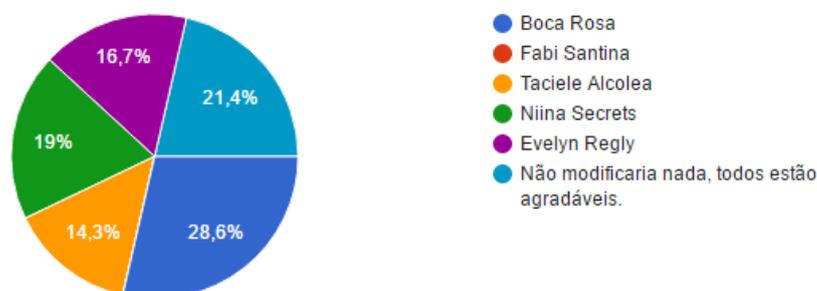
8. Você se sente influenciada(o) a permanecer em algum dos blogs apresentados, ou ainda, se tornar leitor(a)? Se sim, por quê?

25 alunos responderam que não se sentem influenciados à tornarem-se leitores desses blogs, levando-nos a questionar se estes blogs estão perdendo público ou se as pessoas que responderam não se identificaram.

Figura 18: Print da pergunta 9

9. Se você tivesse que modificar alguma coisa no layout de um desses blogs, qual modificaria?

(42 respostas)



Fonte: da autora

O blog Boca Rosa foi votado como mais conhecido pelos alunos (ver figura 18), porém, eles não se deram por satisfeitos com o layout dele, 28,6% modificariam alguma coisa no layout do blog Boca Rosa. No entanto, 21,4% estavam satisfeitos com os layouts e não modificariam nada neles.

O que modificaria no blog escolhido?\*

\*Ocorreu um erro no Google Docs pois o sistema não linkou o blog escolhido na pergunta 9 à resposta.

## 5.0 AMOSTRAGEM – BLOGS

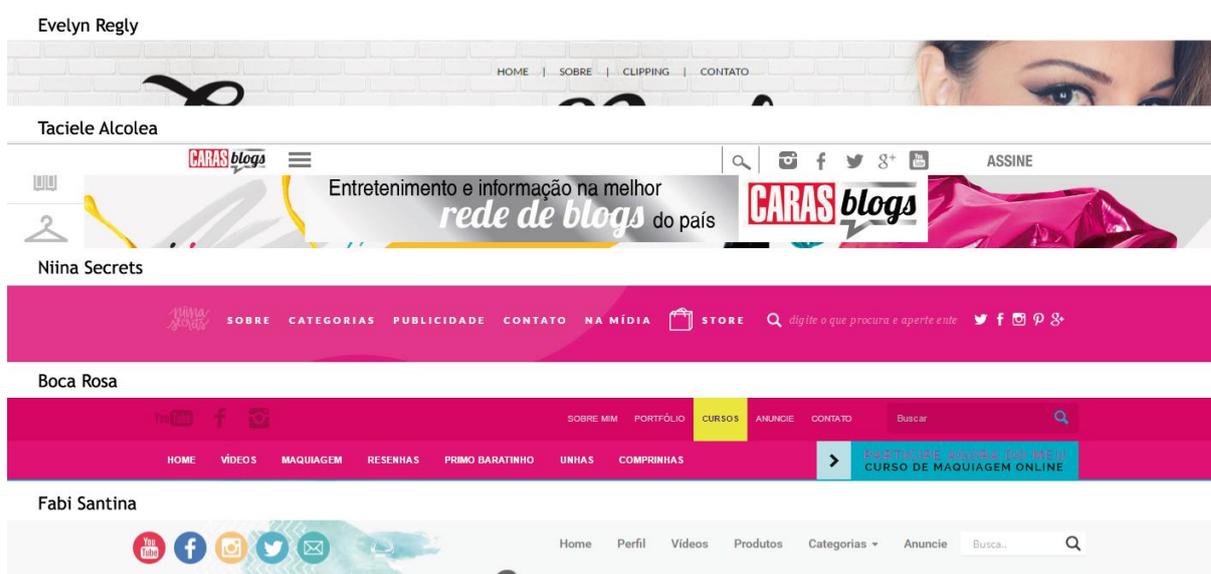
Os blogs escolhidos para esta pesquisa foram acompanhados por quatro anos pela pesquisadora durante sua vida acadêmica, onde foi observado uma mudança e evolução no layout, subentende-se que as blogueiras tem se preocupado com o visual dos blogs ao longo dos anos. Além de que eles pertencem ao mesmo segmento de moda e todos possuem um número de leitores considerável.

## 6.0 ANÁLISE VISUAL

Nesta etapa realizamos a análise visual como modo de compreender e captar quais as semelhanças e as divergências entre os layouts analisados. Destrinchando os blogs e comparando-os.

### 1. Menu de topo

Figura 19: Print do menu de cada blog

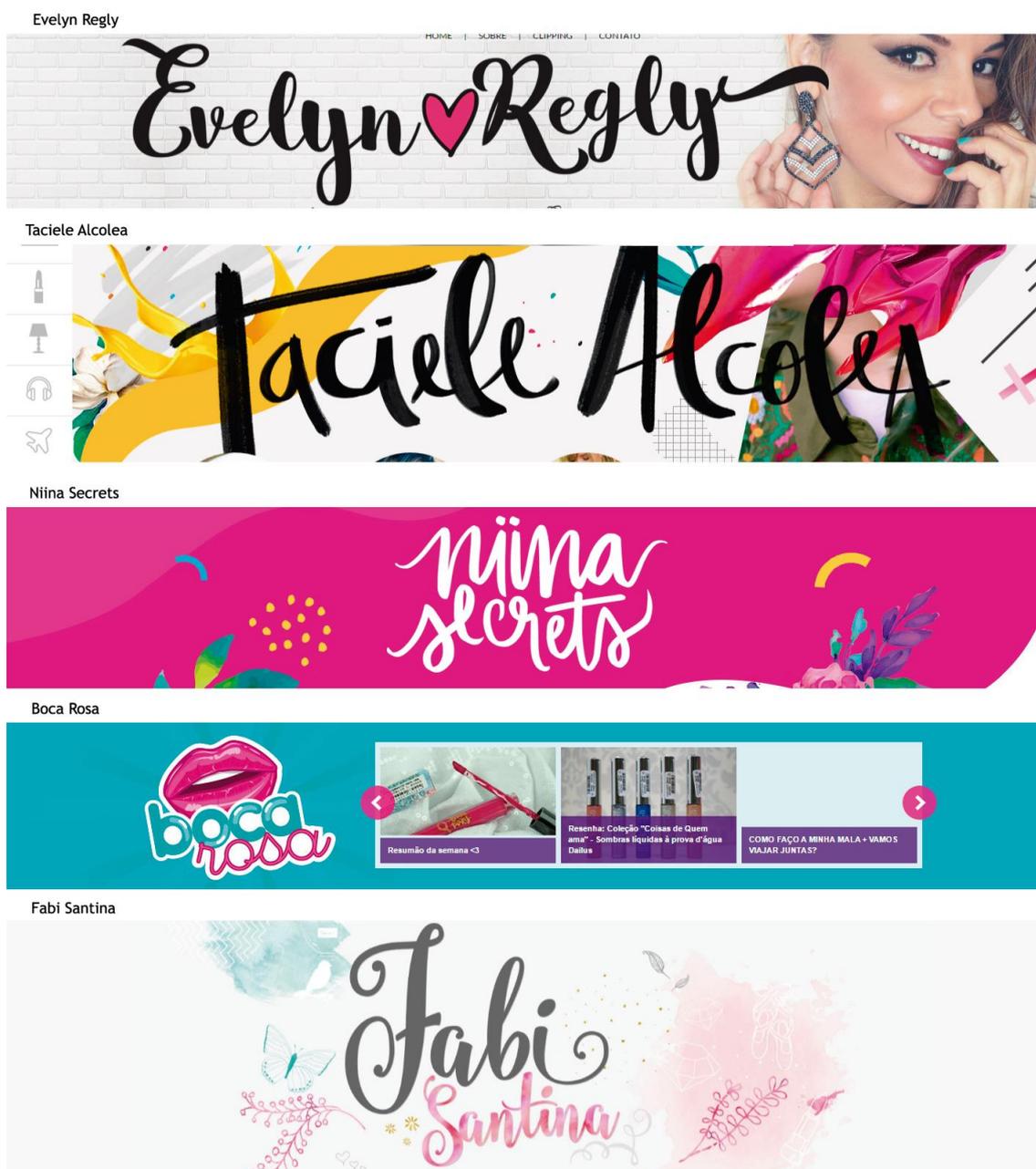


Fonte: da autora

Como podemos observar (ver figura 19), todos os layouts possuem menu de topo, o da Evelyn Regly possui apenas o menu, enquanto o da Taciele Alcolea possui apenas as redes sociais no topo. No entanto, os demais layouts possuem menu e redes sociais no topo do blog, o que facilita muito mais a navegação do leitor, pois é a primeira coisa a ser vista, o topo do blog. Apenas o layout da Evelyn Regly não possui botão de busca no topo, o que seria um ponto negativo em relação aos demais, pois o leitor não pode procurar sobre algum assunto ou postagem logo no topo do blog.

### 2. Identidade Visual

Figura 20: Print das identidades visuais dos blogs



Fonte: da autora

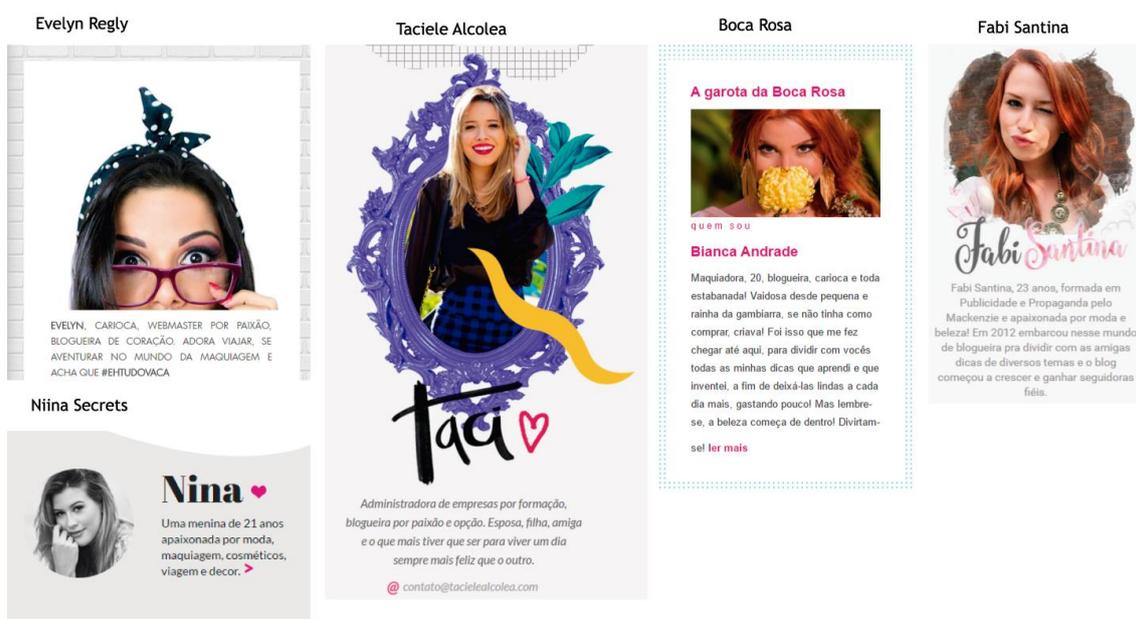
O *lettering* - letras desenhadas à mão - é utilizado por quatro das cinco blogueiras, como podemos ver na imagem acima (ver figura 20), se assemelha como uma assinatura, o que além de ser uma tendência visual que foi aplicada nos blogs, passa a ser uma assinatura de sua página. É comum ser blogueira hoje em dia, quanto mais puder se diferenciar umas das outras, mais se torna única. O lettering é uma estratégia de diferenciação, pois não dá para copiar a tipografia dos blogs, visto que foram desenhadas especialmente para eles\*, com isso, vemos o trabalho

do designer tendo importância no blog, quando são procurados para desenvolver uma identidade visual para blog.

\*O site Whats the font foi utilizado para averiguar se o lettering foi modificado de alguma fonte existente ou foi produzido especialmente para os blogs.

### 3. Perfil na sidebar

Figura 21: Print do perfil na sidebar dos blogs

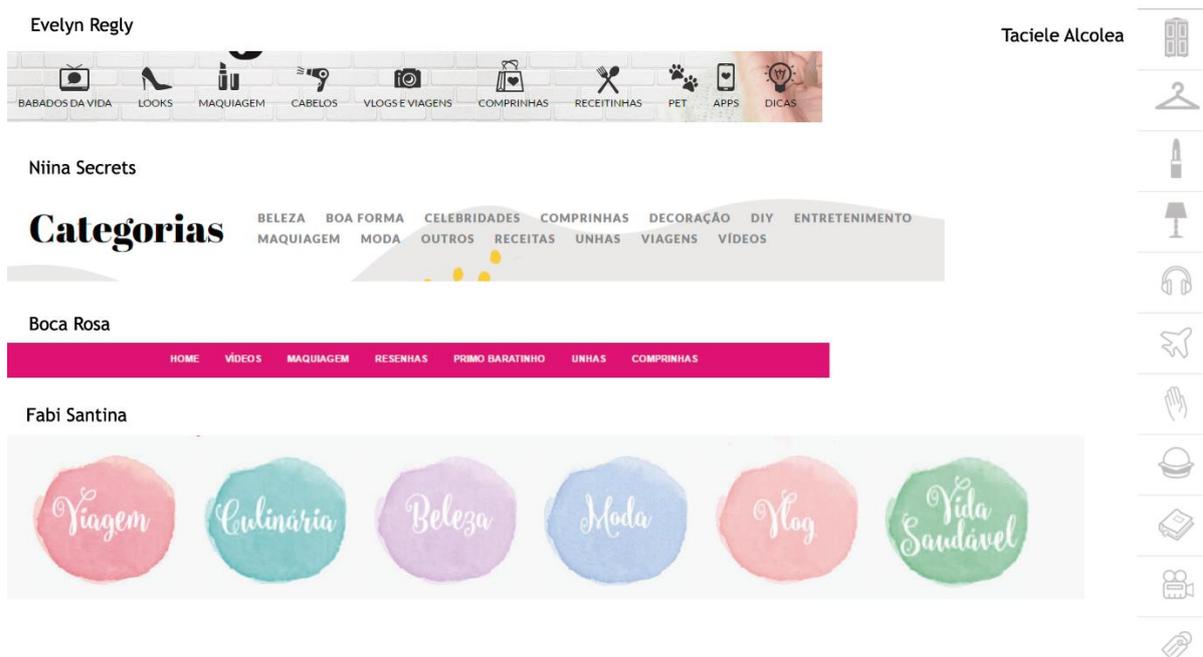


Fonte: da autora

Sidebar é a barra lateral do blog, geralmente usada no lado direito das postagens. Todos os blogs contém uma breve descrição da blogueira acompanhada de uma foto logo no início da sidebar (ver figura 21), com exceção do blog Niina Secrets que a foto e descrição se encontram no final do blog. Essa breve descrição da blogueira é importante porque identifica a quem pertence o blog, a idade, cidade onde ela reside, etc. São informações resumidas sobre cada blogueira.

### 4. Categorias

Figura 22: Print das categorias dos blogs

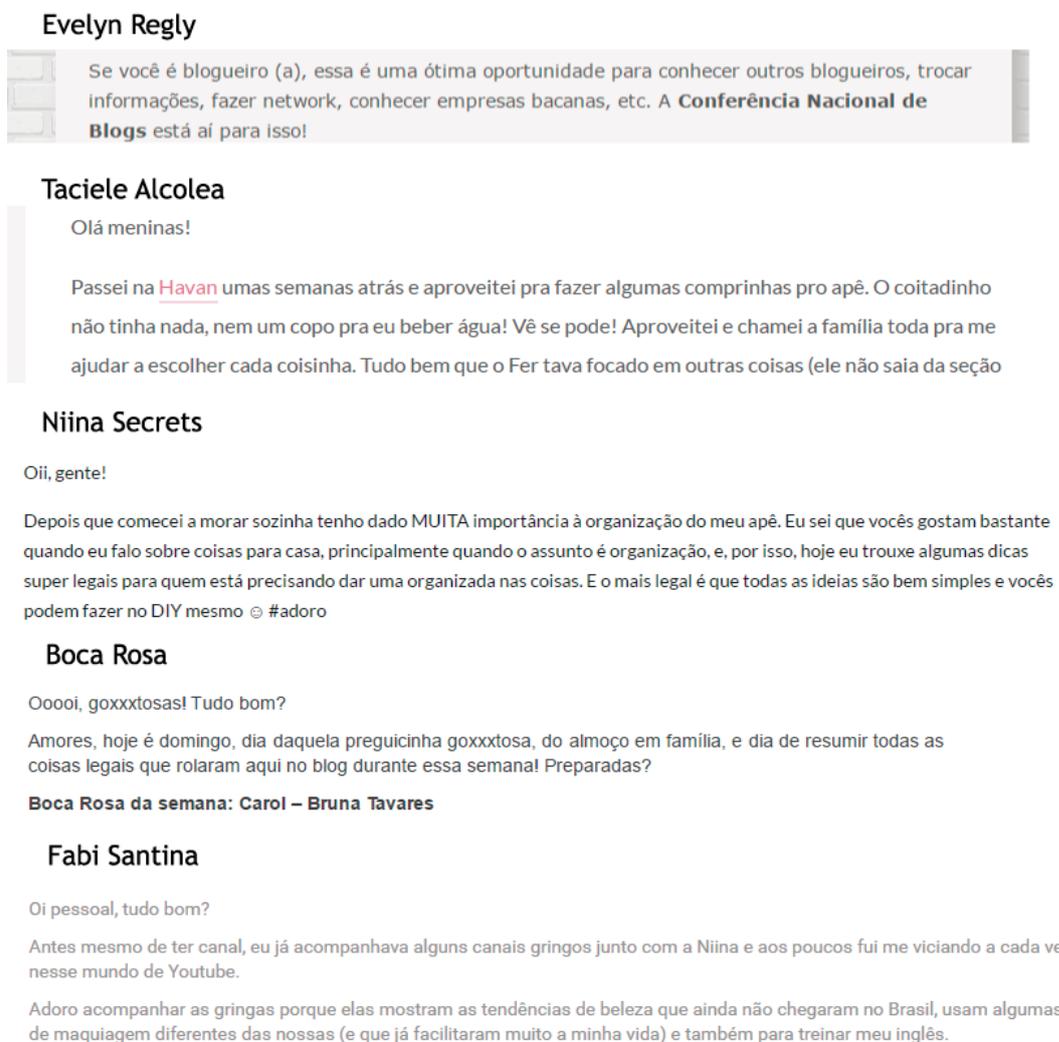


Fonte: da autora

Outro ponto muito comum entre os blogs é separar os posts por assuntos, permitindo que o leitor selecione sobre o quê ele deseja ler e/ou pesquisar. São clicáveis e levam o leitor para o assunto que ele escolher. Todos os blogs analisados possuem menu de categorias (ver figura 22), sendo o da Evelyn Regly e o da Taciele Alcolea separados por ícones e palavras, e os demais apenas contém a palavra. Todos se localizam antes ou depois da identidade visual do blog, mas todos próximos ao topo, com exceção do blog Niina Secrets que as categorias ficam no final do blog. Não foi um ponto negativo para os alunos que responderam à pesquisa, pois, foi o blog escolhido como o mais interessante, isto pode ter sido levado como um diferencial positivo.

## 5. Tipografia

Figura 23: Print das tipografias dos blogs



Fonte: da autora

A tipografia de todos os blogs é legível (ver figura 23), diferenciando apenas a cor, utilizando tons de cinza, e o espaçamento entre as linhas. É importante que a leitura seja confortável, visto que, os leitores não visitam apenas pelo layout, mas também pelo conteúdo, e para que possam ler as postagens confortavelmente é necessário uma tipografia legível e sem serifa, já que se trata de web.

## 6. Postagem

Figura 24: Print das postagens dos blogs

### Evelyn Regly

Além disso, vai falar sobre tendências, dicas e técnicas para aumentar o engajamento com o público. Para quem trabalha com o mundo virtual sabe o quanto é importante estar antenado com todas essas mudanças. Está imperdível!



### Taciele Alcolea



Olá meninas e meninos!

Recebi um convidado super especial no canal pra gravar o desafio O Que Tem Na Minha Boca! Quem adivinha quem é? Isso mesmo, o **Rezendes!** Ebaaa! Vocês sabem como eu sou mega competitiva, né? Será que rolou muita risada e diversão? Bora conferir!

### Niina Secrets

MODA

## Look do dia: saia rendada + jeans

17 de outubro, 2016 • 2 comentários

Só por esse táxi amarelinho atrás vocês já devem imaginar onde essas fotos foram tiradas, né? SIMM, mais looks direto de NY. Para quem não sabe, estive recentemente na...

CONTINUE LENDO

COMPARTILHAR



### Fabi Santana



Mesmo sendo da mesma marca, o corretivo que a Niina criou com a Tricote vem numa textura mais sequinha e com um cheiro mais suave do que o tradicional corretivo líquido deles. Ele cobre perfeitamente as olheiras sem deixar um aspecto pesado na pele, dura o dia todo e tem uma embalagem bem compacta, ótimo para levar na bolsa. Minha cor é a 01 e vocês podem comprar clicando aqui.

### Boca Rosa

Esse tom de azul royal se chama Original Denim. E na minha opinião ele é o mais pigmentado das cinco. Tem um acabamento cintilante. É bem a cara do verão. Perfeito para quem gosta de uma make bem colorida, de um olhar bem marcado.



Fonte: da autora

Todos os blogs possuem um padrão de postagem (ver figura 24), mantendo sempre a ordem de título, data, foto e/ou texto, as fotos possuem qualidade HD e é perceptível a preocupação da blogueira na composição da foto. Apenas o blog Niina Secrets possui uma forma de postagem diferente, onde a blogueira coloca

apenas resumos das postagens e logo abaixo a opção de “continuar lendo” despertando no leitor a curiosidade em terminar de ler a postagem e também deixando o blog com uma extensão menor de página verticalmente. O layout mais diferente foi o da Niina, talvez o mais votado.

## 7. Cores

Figura 25: Padrão de cores de cada blog

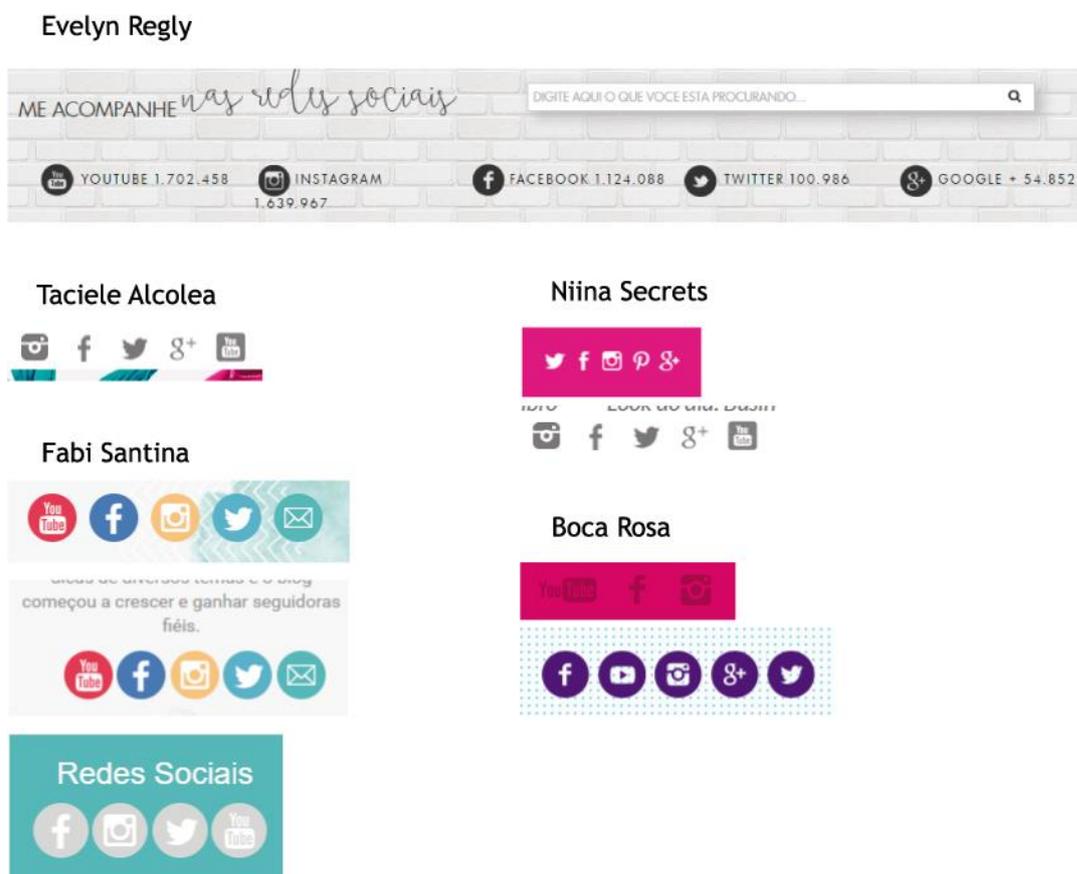


Fonte: da autora

As cores utilizadas nos blogs são bem parecidas (ver figura 25), as blogueiras optaram por cores alegres e vibrantes, e na maioria dos blogs usando contraste, por exemplo, rosa pink, verde água e amarelo, são cores bem distintas mas que usadas juntas formam uma composição harmônica e alegre, revelando a personalidade das blogueiras. O rosa se repete em todos os layouts, em diferentes tons, mas ainda é a cor que assemelha os cinco blogs.

## 8. Redes sociais

Figura 26: Print das redes sociais dos blogs



Fonte: da autora

Todos os blogs possuem redes sociais visíveis aos leitores (ver figura 26), são ícones clicáveis que vão os levar a diferentes plataformas. Alguns blogs possuem apenas um lugar de destaque para elas, como o blog da Evelyn Regly que exibe-as logo abaixo das categorias e a Taciele Alcolea que posicionou-as abaixo da sua foto e descrição na sidebar, este é o lugar mais usado pelos blogs no geral. Alguns blogs as mostram em dois lugares, como o da Boca Rosa que aparece no menu e na sidebar, e o blog Niina Secrets que exibe as redes no menu e no *footer*<sup>13</sup>. O único blog que exibe as redes em três lugares é o da Fabi Santana, onde elas aparecem no menu, na sidebar e no *footer*. Os leitores podem se sentir pressionados a seguir a Fabi nas redes, visto que elas aparecem demasiadamente, é uma situação vista como apelo.

## 9. Footer

<sup>13</sup> Footer: rodapé inferior de uma página da web.

Figura 27: Print do footer dos blogs



Fonte: da autora

O footer (ver figura 27) é um espaço que não possui informações tão importante quanto as do menu, que é o primeiro item a ser visto e se encontra no topo do blog. As blogueiras geralmente colocam a identidade visual, um anuncio, redes sociais, tags ou simplesmente repetem o menu para que as pessoas não precisem voltar para o topo do blog para conseguir navegar. É no footer que também se encontra os créditos dos studios de design e programação do layout.

## 7.0 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, buscamos, por meio de uma pesquisa empírica de 5 blogs, que tem como principal segmento moda, observar como o design gráfico influencia e contribui para o crescimento destes blogs em relação à audiência. Apesar de não ter sido possível obter em números como se dá este crescimento, observamos que o crescimento se dá na constante mudança de layout dos blogs, as blogueiras investem em studios de design para desenvolver os layouts, à cada layout modificado, são solucionados problemas visuais, de forma que o layout evolua e o blog ganhe mais audiência, ou seja, cresça. Foram observados quais elementos destes layouts mais interessam aos alunos e que contribui para manter os leitores na página.

Com o resultado dessa pesquisa, pude perceber que de fato os usuários dão importância à parte visual do blog de forma igual à parte textual. Ou seja, é preciso que o blog tenha um layout bem elaborado, um conteúdo interessante e original para que haja audiência. É perceptível que as blogueiras tem buscado profissionais ou escritórios que desenvolvam sua identidade visual. Esta identificação é de fundamental importância para os leitores que responderam durante a pesquisa como estes itens (identidade visual + fotos) são relevantes para a fidelização.

A pesquisadora atua como blogueira há quatro anos, por isso este trabalho foi uma realização pessoal, desta forma podendo acompanhar a evolução dos blogs, em que as blogueiras buscam a cada dia se diferenciar entre os inúmeros blogs que são criados a cada dia. Houve o desejo de analisar como um blog é percebido pelos leitores e o que de fato é importante para manter a audiência. Podemos perceber também que existe de fato, neste meio de internet, um mercado para o design gráfico, área de estudo e atuação que buscamos nos aproximar mais a fundo de quais elementos são cruciais no layout de um blog, quais são as tendências do momento entre os blogs e quais são as estratégias de design que as blogueiras estão usando para que haja a diferenciação.

A pesquisadora tem pretensão futura de comparar os layouts dos blogs de moda com blogs de entretenimento (cinema, culinária, games, etc.) para analisar

se existe entre estes blogs elementos em comum nos layouts. Pretende-se refazer a pesquisa, utilizando apenas leitores dos blogs analisados, para captar com mais precisão a evolução que estes blogs tiveram, inclusive, em relação ao layout e ao conteúdo. Muitos dos alunos responderam que não se sentiam influenciados a tornarem-se leitores destes blogs, gostaríamos de identificar o porquê, se isto significa que os blogs estão perdendo audiência ou se isto aconteceu porque nem todos os alunos conheciam os blogs analisados. A pesquisadora também tem pretensão de refazer a pesquisa utilizando apenas leigos em design, pois a maioria dos leitores destes blogs são pessoas leigas, pretende-se observar como estas pessoas analisariam os layouts. Esses dados obtidos na pesquisa podem, ainda, gerar um manual de estratégias visuais para a criação de um layout para um blog de moda.

O objetivo de identificar o grau de relevância do design gráfico nos blogs foi atingido, pois, pudemos perceber que existe de fato uma grande importância dos elementos de design gráfico num layout, nos quais nós podemos identificar durante à pesquisa que os leitores dão importância principalmente à identidade visual e à qualidade das fotos, para que haja a fidelização do leitor ao blog, além de mantê-lo confortável para permanecer por mais tempo navegando nos blogs. Foi observado, inclusive, que os três elementos do design gráfico (estético, funcional e simbólico) precisam estar presentes para que haja um bom funcionamento do blog. Como já foi visto no capítulo 2, onde Lupton (2003) ressalta que é necessário compreender a sintaxe visual para entender o que a imagem quer transmitir, ou seja, entender as partes de um layout - que entendemos também como uma imagem - para assim, compreender como se dá a organização dos elementos visuais, isto é a estética. Um blog não é atrativo se suas funções práticas (usabilidade, organização, fácil navegação, etc.) não funcionarem corretamente, isto é o funcional. Junto a isto, as blogueiras mostram tendências de comportamento nos blogs, isto é o simbólico.

## 8.0 REFERÊNCIAS

AMARAL, Adriana et al. **Blogs.com: Estudos sobre blogs e comunicação**. São Paulo: Momento editorial, 2009.

COUTINHO, Camila. Um blog como negócio. **Revista Cosmopolitan Brasil**. Edição nº 500, ano 43, p. 80-82, maio, 2015.

DELA ROSA. Disponível em: <<http://delarosa.com.br/>>. Acesso em 22/06/2016

DONDIS, A Donis. **Sintaxe da linguagem visual** (tradução Jefferson Luiz Camargo). São Paulo, 2003. Martins Fontes - 2ª edição.

GOMES FILHO, João. **Ergonomia do Objeto: Sistema técnico de leitura ergonômica**. São Paulo, 2003. Escrituras - 2ª edição.

LUPTON, Ellen. **Novos fundamentos do design: Ellen Lupton, Jennifer Cole Phillips**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

MONTARDO, Sandra; PASSERINO, Liliana; **Estudo de blogs a partir da netnografia: Possibilidades e limitações**. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/renote/article/view/14173/>> Acesso em 03/10/2016.

MUNARI, Bruno. **Design e comunicação visual: Contribuição para uma metodologia didática**. São Paulo, Martins Fontes, 2006

NIINA SECRETS. Disponível em: <<http://niinasecrets.com.br/>>. Acesso em 22/06/2016.

O'REILLY, Tim. **What Is Web 2.0 - Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software**. O'Reilly Publishing, 2005.

PRIMO, Alex. **Os blogs não são diários pessoais online: matriz para a tipificação da blogosfera**. Disponível em <[http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/revista\\_famecos.pdf](http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/revista_famecos.pdf) > Acesso em 04/10/2016.

PRIMO, Alex; RECUERO, Raquel. **Hipertexto cooperativo: uma análise da escrita coletiva a partir dos blogs e da Wikipédia**. Disponível em: <<http://200.144.189.42/ojs/index.php/famecos/article/viewArticle/233>> Acesso em 04/10/2016.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre, 2009. Editora Sulina.

ROCHA, Nara; COUTINHO, Solange; WAECHTER, Hans. **Design da Informação nas redes sociais: construção de identidades virtuais a partir da divulgação de informações**. Recife, 2013. Disponível em: <<http://pdf.blucher.com.br.s3-sa-east-1.amazonaws.com/designproceedings/cidi/CIDI-90.pdf>> Acesso em: 03/10/2017

ROCHA, Paula. **Blogs: sentimento em rede compartilhados na pós-modernidade.** Disponível em <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/viewArticle/235>> Acesso em 04/10/2016.

STEIN, Mônica. **Design de interface para sites: desenvolvimento de uma metodologia orientadora considerando a comunicação entre clientes e usuários.** Repositório Institucional, 2003. Disponível em: <<http://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/86436>> Acesso em 11/01/2017

**TACIELE ALCOLEA.** Disponível em: <<http://www.tacielealcolea.com/>>. Acesso em 22/06/2016.

ZAGO, Gabriela. **Dos blogs aos Microblogs: Aspectos históricos, formatos e características.** Disponível em: <<http://interin.utp.br/index.php/vol11/article/view/222>> Acesso em 03/10/2016.



# ANEXO B

**Evelyn Regly**

ME ACABARAM DE fazer uma coisa...

ÚLTIMO VIDEO

### #CMBZ016

Estimados! Quem aqui já não amava o para o #CMBZ016? Eu já tinha super amado para sempre!

Se você é Blogueira (a), esse é uma ótima oportunidade para conhecer outras Blogueiras, trocar informações, criar conteúdo, construir empresa localmente, etc. - **Conheça a Realidade do Blogueiro** está a para você!

O evento acontecerá no dia 29 de Junho no Espaço Innovativa, em São Paulo. Como você é CMBZ016 não tem necessidade de pagar, com o objetivo de ajudar você a ter ideias, obter informações e fazer amigos.

Meus amigos, o #CMBZ016 terá também um tema técnico e muito conteúdo para você! Esperamos que você seja muito bem recebido e que você tenha um momento muito agradável. Confira algumas das palestras técnicas que estarão por lá!

**Reggie Florini**, é o executivo responsável pelas parcerias de TV do Twitter no Brasil. Expert mundial em eventos e mídias sociais, vai discutir assuntos específicos e fazer conexões com:

- Aumento do tráfego do seu blog;
- Como integrar mídias com seu negócio;
- Como a sua estratégia impacta suas vendas no e-commerce;
- Como sua estratégia pode melhorar suas vendas no e-commerce.

**Robson Moreira**, é expert em eventos e mídias sociais. Foi o editor chefe do site de notícias e dicas de marketing de conteúdo do Facebook, conteúdo que não influencia muito no trabalho do Blogueiro.

Além disso, vai falar sobre tendências, dicas e técnicas para aumentar o engajamento com o público. Para quem trabalha com o mundo virtual sabe o quanto é importante estar atualizado com todas essas novidades. Não é mesmo?

**Anna Sandoz e Dani Sandoz** são empreendedoras. Elas vão trazer dicas sobre criação e profissionalização de blogs, contatos com grandes marcas, monetização de conteúdo online, estratégias que impactam o crescimento, entre outras dicas e insights.

**Estelita** - junto com **Anna Sandoz**, vamos conversar sobre sobre de perguntas e respostas sobre o momento para Blogueiro.

Se quiser saber mais sobre o evento, clique aqui para saber mais sobre o evento. Se você não clicou na pergunta sobre esse assunto, então sua pergunta ainda não foi respondida. Se quiser saber mais clique aqui para responder ao #CMBZ016.

**3 comentários** [Clique aqui para ver mais...](#)

- Andressa** - Olá, estou interessada!
- Janete Silva** - Olá, estou interessada!
- Carla** - Estou interessada!

**esquillo** [Clique aqui para ver mais...](#)

VEJA TAMBÉM

me siga lá no instagram @EVELYNREGLY

COISA DE PRA VALER! **Carla Regly**

10 dicas para quem quer trabalhar online e monetizar seu blog - **Carla Regly**

# ANEXO C

The screenshot displays the website for Fabi Santina, a lifestyle and health blog. At the top, there is a navigation bar with links for Home, Perfil, Vídeos, Produtos, Categorias, Anuncie, and a search bar. The main header features the name 'Fabi Santina' in a large, decorative font, surrounded by colorful watercolor-style graphics. Below the header are six circular icons representing different content categories: Viagem, Culinária, Beleza, Moda, Vlog, and Vida Saudável.

The featured article is titled 'O Que Não Dizer pra Quem Está de Dieta' (What Not to Say to Someone on a Diet), published on 31/08/2016. The article's introduction asks, 'Oi pessoal, tudo bom?' and discusses the emotional challenges of dieting. It includes a photograph of a woman looking stressed at a table with healthy food.

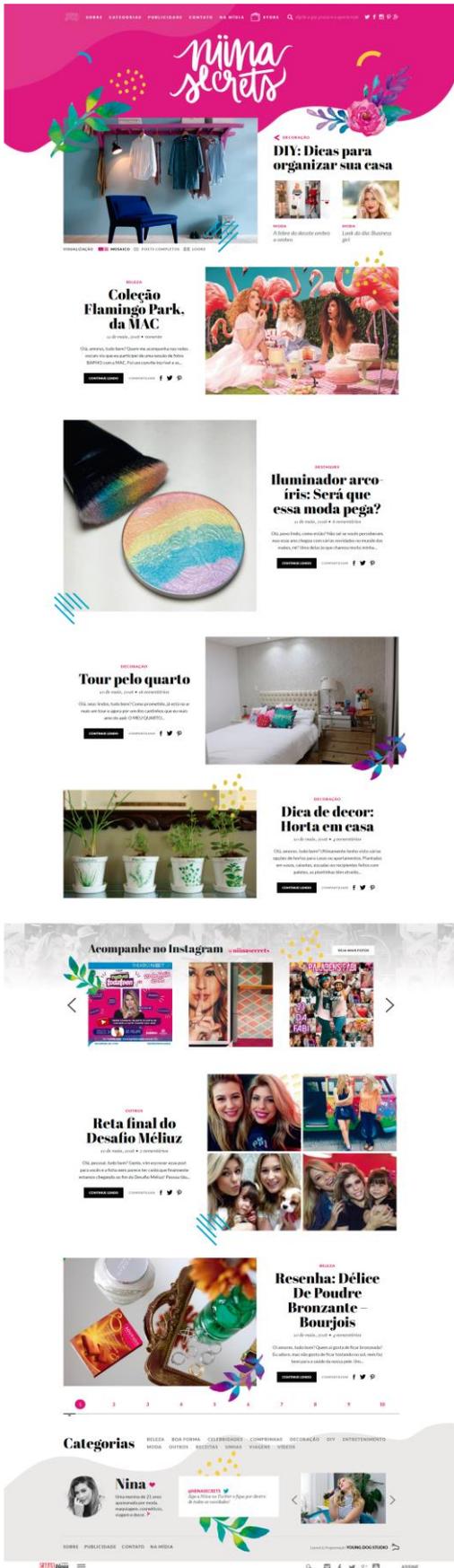
The article contains several sections with bolded questions and answers:

- "Você só vai comer isso?"** - Discusses parental concerns about children's eating habits.
- "Você já está muito magra, desse jeito vai sumir!"** - Warns against extreme dieting and emphasizes a balanced approach.
- "Qual remédio você está tomando pra emagrecer?"** - Advises against unmonitored diet pills.
- "Come só um pedacinho, não vai fazer mal!"** - Discusses the difficulty of resisting temptations.
- "Você está de dieta de novo?"** - Encourages confidence and consistency.
- "Você realmente está muito gordo, precisa de dieta!"** - Emphasizes the importance of self-compassion and realistic goals.

On the right side of the page, there is a profile section for Fabi Santina, a 23-year-old publicist and fashion enthusiast, with links to her Instagram, Facebook, and YouTube channels.

At the bottom of the page, there is a footer with the Fabi Santina logo, a 'crie modo' button, social media icons, contact information (contato@fabisantina.com.br), and copyright notices for Fabi Santina and SENSE.

# ANEXO D



# ANEXO E

**Taci Alcoola**

Modelos no dia-a-dia (look) | 10 anos juntos + Aventuras #TACIEFER | Selo Longa Estrela (look)

**LOOK DO DIA**  
Taci Alcoola - Pink (look)

## Bandanas na moda!

Olá meninas!  
Temas a passarela rolou o SPFW aqui em Sp, que é a nossa semana de moda, e entre várias tendências destacamos uma delas na chamada atenção e quero muito, muito, muito mesmo a opinião de vocês, elas estão em bandanas na moda!  
Não vi no passado elas não, ah? Vi muita gente usando pelas corredores da Itaipava (local onde a maioria dos desfiles acontecem), no site, a moda mal chegou e parece que já pegou de verdade!

Administradora de empresas por formação. Migrante por paixão e capote. Espora. Ilha, aringo e o que mais tiver que ser para viver um dia sempre mais feliz que o outro.

**Tudo o que você precisa saber para amar na internet!**  
Taci Alcoola  
Quero me inscrever!

**Facebook**  
Taci Alcoola  
Você está 10 anos longe de casa?

**Instagram**  
Taci Alcoola  
Você está 10 anos longe de casa?

**YouTube**  
Taci Alcoola  
Você está 10 anos longe de casa?

**Bloguêll**  
Taci Alcoola  
Você está 10 anos longe de casa?

**GOSTOU DO LAYOUT DA TACI? FAZEMOS TAMBÉM PARA VOCÊS**  
em um estilo digital personalizado por você e sua marca.

**Tags mais usadas:** Bandanas, Moda, SPFW, Itaipava

Look do dia: Betina, Petite Jolie, Marisa, Moda, Viagem, Londres, Bata, Tênis, Interchange, NY, Sela, Oliva, Vestido, Casaco, Unissex, Terno, Camisa, Fone, Camisa, Lã, Macacão, vestido, jeans, Bata, Bata, Short, Bateria, Paris, Instagram, Orlando, Inspiração, Chassis, Sapatos, tênis, Calça, Calça, Camiseta, Salsango, Top Cropped

Layout & Programação: Young One Media