



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÉNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**

**EXPOSIÇÃO, REPRESENTAÇÃO E IDENTIDADE EM *BLOGS* DE ESTILO:
O *LOOK* DIÁRIO**

Cinthia Fonseca Pascueto

Rio de Janeiro/ RJ
2012

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**

**EXPOSIÇÃO, REPRESENTAÇÃO E IDENTIDADE EM *BLOGS DE ESTILO:*
O *LOOK DIÁRIO***

Cinthia Fonseca Pascueto

Monografia de graduação apresentada à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr^a. Maria Teresa Ferreira Bastos

Rio de Janeiro/ RJ
2012

**EXPOSIÇÃO, REPRESENTAÇÃO E IDENTIDADE EM *BLOGS* DE ESTILO:
O *LOOK* DIÁRIO**

Cinthia Fonseca Pascueto

Trabalho apresentado à Coordenação de Projetos Experimentais da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação Jornalismo.

Aprovado por

Prof. Dr^a. Maria Teresa Ferreira Bastos – orientador

Prof. Dr^a. Victa de Carvalho

Prof. Dr^a. Cristina Rego Monteiro da Luz

Aprovada em:

Grau:

Rio de Janeiro/ RJ
2012

PASCUETO, Cinthia Fonseca.

Exposição, Representação e Identidade em *Blogs* de Estilo: O *Look* Diário / Cinthia Fonseca Pascueto – Rio de Janeiro; UFRJ/ECO, 2012.

123 f.

Monografia (graduação em Comunicação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, 2012.

Orientação: Maria Teresa Ferreira Bastos

1. Identidade 2. Exposição 3. Internet – Blogs – Redes Sociais – História 4. Fotografia – Aspectos sociais 5. Moda – Aspectos Sociais. I. BASTOS, Maria Teresa Ferreira (orientador) II. ECO/UFRJ III. Jornalismo IV. Doutora

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à minha família e amigos, especialmente aos meus pais Luis e Rita, pelo amor, compreensão e suporte ao longo dessa caminhada.

AGRADECIMENTO

Agradeço em primeiro lugar, sempre, a Deus por seu conforto, força e misericórdia infinitos. Aos meus pais por acreditarem nos meus sonhos e tornar esse momento possível. À minha irmã Tatiane, tão nova e sempre disposta a debater os assuntos mais complexos deste trabalho. Aos meus amigos Rafael, Linneu, Alessandra, Jenny e Tati, que compreenderam, alguns nem tanto, a minha ausência necessária. Às minhas queridas companheiras de faculdade Camilla, Júlia e Luana, que tornaram os meus anos de ECO inesquecíveis. Ao Mateus, porque juntos somos incríveis. À Graça e ao Carlos, do Centro Latino-Americano de Física, sempre comprensivos. Às blogueiras que participaram da realização deste estudo, Ana, Cris e Rapha, e à querida Carla Lemos, por compartilhar comigo seus conhecimentos sobre o mundo da moda. Mais que um agradecimento, minha orientadora Teresa Bastos merece menção honrosa por toda paciência, dedicação e carinho a mim e a este trabalho. Mais que mentora, Teresa tornou-se uma amiga que pretendo guardar para o resto da vida.

PASCUETO, Cinthia Fonseca. **Representação e Identidade em *Blogs* de Estilo: O *Look* Diário.** Orientador: Maria Teresa Ferreira Bastos. Rio de Janeiro, 2012. Monografia (Graduação Jornalismo) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. UFRJ.

RESUMO

Este trabalho tem o objetivo de compreender a construção da identidade contemporânea no recorte do fenômeno dos *blogs* de *looks* diários, cuja proposta é apresentar em posts regulares o estilo de suas autoras. Compreender como a exposição da intimidade e a representação de um real manipulável são realizadas através da apresentação dos *looks* registrados em imagem e apresentados nesses *blogs* é fundamental para a apreensão dessa identidade que se forma com base no tripé Internet, fotografia e moda, e é submetida por desejo dos próprios autores-personagens ao olhar crítico do outro.

Palavras-chaves:

Internet; *Blogs*; Fotografia; Moda; *Looks*; Exposição; Representação; Identidade.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	9
2. FOTOGRAFIA, MODA E INTERNET.....	14
2.1 FOTOGRAFIA: EXPERIÊNCIA DE SOCIALIZAÇÃO?.....	15
2.2 INTERNET, BLOGS E REDES SOCIAIS.....	21
2.3 MODA: SIGNIFICAÇÕES CULTURAIS.....	29
3. HOJE VOU ASSIM: OS <i>BLOGS DE LOOKS</i>.....	33
3.1 BLOG DE <i>LOOKS</i> X BLOG DE MODA.....	33
3.2 OS <i>BLOGS DE LOOKS</i> E SEUS AUTORES.....	35
4. EXPOSIÇÃO E IDENTIDADE	39
4.1 DA ROUPA À POSE: REALIDADE OU CONSTRUÇÃO?	39
4.2 PROFISSÃO BLOGUEIRO OU WEBCELEBRIDADE?	42
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	46
REFERÊNCIAS.....	49
APÊNDICE.....	52
ANEXOS.....	65

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho tem o objetivo de compreender a construção da identidade contemporânea no recorte da exposição e representação em *blogs de looks* diários, fenômeno este inserido no contexto da sociedade contemporânea e mediado pelas possibilidades de acesso e manifestação pessoal na Internet, pelo crescente acesso às informações de moda e pela popularização da fotografia e do registro cotidiano. Nesses blogs, seus autores publicam fotos de si mesmos com as roupas que escolheram vestir naquele dia, atraindo considerável público interessado em ver, admirá-los, comentar suas produções e até criticá-los por seus *looks*.

Quem são essas pessoas nas telas? A que elas se propõem? O que as levam a tal exposição? O que é realidade e o que é ficção nos *blogs de looks*? São algumas das perguntas propostas aqui, na tentativa de entender um dos maiores fenômenos recentes no âmbito da blogosfera. Entender a lógica dos blogs de *looks* diários é um exercício que demanda a compreensão não apenas das questões pessoais de seus autores – suas motivações, vaidades, gostos e contexto – como também da construção histórica dos meios que os permitem: a fotografia, a moda e a internet. Não fosse esta tríade, o objeto de estudo deste presente trabalho não existiria.

Desse modo, o primeiro capítulo é dedicado a compreender como a fotografia, a Internet e a moda criaram as bases para e as principais discussões que cercam o surgimento dos blogs de *looks* diários. Cada um desses pilares trazem questões que se tocam, ligadas a fatores como exibição, identidade e aparência, voltadas especialmente para o olhar do outro. Quem se dá a ver na Internet quer público assim como quem posa para fotografias quer que elas sejam vistas e quem se veste com esmero espera ser admirado, elogiado.

A Fotografia aproxima-se dos eventos cotidianos com sua popularização. Fotos de ocasiões familiares, encontros de amigos, comemorações, passeios, caras e bocas em autorretratos que estampam os perfis das redes sociais são registros corriqueiros que exercem não apenas o artifício de memória impressa e digitalizada, mas reforçam sua importância como instrumento de legitimação da identidade e de materialização da experiência cotidiana, localizando o indivíduo em um contexto. A partir dessa constatação, que assume o conceito de experiência cotidiana como registro do dia a dia e atribuindo importância a cada ocasião e vivência, será feito um breve relato sobre momentos da história da fotografia direcionados a

esse registro do cotidiano, baseado no ensaio “Pequena História da Fotografia”¹, de Walter Benjamin.

A fotografia será aqui analisada mediante sua função de registro que tem como demanda o reconhecimento mediante o olhar do outro e o desejo do fotografado de ser reconhecido em imagem como representação fiel do real - noção esta que é motivo de reflexão e debate desde o século XIX. Para isso, o ensaio “Modernidade cultural e estéticas do realismo”², de Beatriz Jaguaribe, e o artigo inédito de Victa de Carvalho “O Cotidiano na Vida Contemporânea: a rua como lugar de experiência na obra de Philip-Lorca di Corsia”³, trarão questões pertinentes ao registro fotográfico, como representação do cotidiano e realidade ficcionada – uma vez que o interesse dos blogueiros de *looks* diários é convencer seu leitor/observador da fidelidade da fotografia ali apresentada à sua aparência e a quem ele é, independentemente dos recursos de edição e técnicas de postura que possam ser adotadas, assim como a escolha de suas roupas, seu gosto pessoal, sua fala, a descrição de seu cotidiano são autênticos e reais.

A Internet é a grande revolução da sociedade ocidental da atualidade. O mundo *on-line* proporciona a experiência de ver, falar, ser visto e ouvido, em escala global e cabe aos *blogs* o papel de primeira ferramenta *on-line* a comportar mecanismos de expressão e comunicação entre leitor e usuário. Para entender como se deu essa relação e as modificações das relações humanas, cada vez mais virtuais, será feito um breve apanhado da história e de números interessantes da Internet, especialmente relacionados aos blogs e às redes sociais no âmbito da Web 2.0.

Em paralelo, será feita uma análise dessas novas formas de comunicação e da reconfiguração das relações sociais na contemporaneidade, em especial no que diz respeito ao olhar do outro e à tênue separação entre as noções de público e o privado, uma vez que a exposição da intimidade é recorrente e potencializada nessas novas mídias digitais. Para essa análise, serão tomadas as reflexões de Paula Sibilia e de Fernanda Bruno que destacam aspectos essenciais para este trabalho, como a importância do olhar público, as práticas confessionais na Internet e como essa subjetividade exteriorizada, embasada no desejo de ser

¹ In: BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. Obras escolhidas, Volume 1. 7^a ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994

² Ensaio publicado em: JAGUARIBE, Beatriz. *O Choque do Real - estética, mídia e cultura*. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

³ CARVALHO, Victa de. *O Cotidiano na Fotografia Contemporânea: a rua como lugar de experiência na obra de Philip-Lorca di Corsia*. Artigo inédito.

reconhecido e visto pelo outro, evidencia um processo de construção de identidade, do *eu*, que coincide com a exposição de si.

A moda, terceiro e não menos importante pilar para entender o contexto dos *blogs* de *looks*, é o pretexto dado por seus autores para tamanho anseio pela exposição diária nos seus espaços virtuais. O gosto pessoal expresso através do vestuário passa a ser uma constante social possibilitada com surgimento da moda, que é reinterpretada de acordo com as impressões, referências, contexto e personalidade de quem a utiliza, apontando para uma característica humana bastante evidenciada na sociedade atual que é o desejo de exibição de si, de ser visto e, ao mesmo tempo, de pertencimento e reconhecimento pelo olhar do outro.

Portanto, a partir de dados históricos e principalmente de seus aspectos sociais, tendo como base o livro “O Império do Efêmero”, de Gilles Lipovetsky, a moda será aqui interpretada segundo o seu papel de dispositivo histórico que revoluciona a mudança de perspectiva do coletivo para o sujeito, sua personalidade e singularidade: se a moda permitiu ao indivíduo tomar consciência de sua identidade subjetiva, é também o desejo inerente a esse novo sujeito de expressar sua individualidade que a estimula, que busca novidades e formas de diferenciação.

No segundo capítulo, serão apresentados os *blogs* selecionados para amostragem, cujo critério foi optar por perfis e propostas diferentes entre esses *blogs*, além de postagens regulares de seus *looks* e público leitor cativo e numericamente considerável a saber: ““Hoje Vou Assim”⁴, da publicitária Cristiana Guerra, que se considera o primeiro *blog* de looks diários do Brasil; “Hoje Vou Assim OFF”⁵, da designer Ana Soares, que faz uma versão “barata” do “Hoje Vou Assim”; e “Avena Estilo”⁶, da jornalista Raphaella Avena, que denomina seu modo de vestir como “Avenismo”. Outros blogueiros foram contatados para esta trabalho, no entanto não puderam ou optaram por não participar.

A pesquisa foi feita mediante o envio de um questionário com questões pertinentes a aspectos do blog, como dados numéricos referentes a público e acesso diário, e da relação das autoras consigo mesmas e com seus leitores, em questões tais como “por que você mostra seus *looks*?”; “como surgiu a ideia de escrever o *blog*?”; “como é sua relação com a própria imagem?”; “em sua opinião, o que de especial a sua forma de se vestir leva a seus leitores?”; “qual a média de visitação do seu *blog*?”; “Você se beneficia com o *blog*?”, entre outras, além

⁴ Disponível em: <http://www.hojevouassim.com.br/>

⁵ Disponível em: <http://www.hojevouassimoff.com.br/>

⁶ Disponível em: <http://www.avenaa.com/>

de cinco postagens de *looks* publicados recentemente em cada blog, selecionados de modo aleatório, para amostragem.

Num primeiro momento, será explicada a diferença entre os *blogs* de moda, os quais são feitos de diferentes formas e com as mais variadas abordagens, e os *blogs* de *looks* ou de estilo: os primeiros em geral são voltados para o conteúdo de moda, abordando temas como história da moda, desfiles, “tendências”, marcas, cotidiano das *top models* e itens para consumo; os últimos, por sua vez, são focados na exposição e na apresentação de como o próprio blogueiro se veste no cotidiano, evidenciando seu estilo e sua maneira de reinterpretar a moda mediante suas impressões, referências, contexto e personalidade.

Feita esta definição, serão apresentadas as autoras e as motivações que as levaram a criar seus *blogs*, bem como aspectos de suas páginas, detalhes das postagens, dados numéricos de cada um dos *blogs* e em redes sociais como Twitter e Facebook, marcas mais utilizadas em suas produções de *looks*, além de suas participações e visibilidade alcançadas em meios tradicionais da comunicação através dos *blogs*, como revistas, jornais, sites e programas de televisão.

No terceiro capítulo serão levantadas questões referentes à exposição, representação e identidade no contexto dos *blogs* de *looks* diários, a partir das declarações das autoras dos blogs selecionados, buscando compreender como são construídas as noções de formação identidade e subjetividade na Internet através da exposição voluntária de si, utilizando a moda e a fotografia como formas de expressão. No primeiro tópico, será pensada a composição dos looks e das poses e a tênue linha que separa o espontâneo do artifício, o real da ficção, o sujeito do personagem, levando em consideração o conceito de “pacto de leitura”, de Philippe Lejeune, e do capítulo “O Teatro das Aparências”, de AnnaTeresa Fabris⁷.

Em seguida, será discutida a repercussão alcançada por alguns *blogs* de estilo e como a exposição de algumas blogueiras na Internet as deixaram vulneráveis ao papel de destaque que em muitos casos estão dispostas a assumir: o de *webcelebridade*. Esse aspecto é bastante abordado por Paula Sibilia, que aponta esse fator como uma característica da sociedade contemporânea que, no âmbito da Web 2.0, “converteu você, eu e todos nós” nas personalidades do momento (SIBILIA, 2008).

Desse modo, portanto, a proposta deste trabalho é compreender a formação da identidade na sociedade contemporânea, a partir de um contexto em que parte do

⁷ In: FABRIS, AnnaTeresa. *Identidades Virtuais – Uma Leitura do Retrato Fotográfico*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004.

reconhecimento e individualidade do sujeito ocorre no âmbito da Internet, onde se é visto e identificado por estilo de vida e hábitos de consumo, através do retrato fotográfico tornado público por intenção e vontade própria do fotografado – ainda que isto evidencie apenas uma representação, um ideal de realidade manipulável.

As relações apresentadas são muito amplas e complexas, de modo que este trabalho não pretende abordar todas as suas possibilidades de reflexão, mas, através do material produzido pelos blogs de looks selecionados e o conteúdo de entrevistas realizadas com os autores e os leitores dos mesmos, tentar compreender a intenção por trás da auto-exposição, da relação corpo x roupa, da preocupação com a própria imagem e da submissão voluntária ao olhar do outro, em especial do desconhecido na interseção entre Internet, moda e fotografia contexto contemporâneo.

2. FOTOGRAFIA, MODA E INTERNET

Entender a lógica dos *blogs* de *look do dia* é um exercício que demanda a compreensão não apenas das questões pessoais de seus autores – suas motivações, vaidades, gostos e contexto – como também da construção histórica dos meios que os permitem: a fotografia, a moda e a internet. Não fosse esta tríade, o objeto de estudo deste presente trabalho não existiria.

A Internet é a grande revolução da sociedade ocidental da atualidade. As transformações na relação do homem contemporâneo com a informação, com o consumo, com suas relações pessoais, com o mundo e consigo mesmo são notórias: a notícia está a um clique, não há o que não possa ser comprado em sites de vendas, as amizades são cada vez mais virtuais, fronteiras geográficas tornaram-se apenas um detalhe, expor opiniões e histórias pessoais em *blogs* e redes sociais é um costume corriqueiro. O fenômeno Web 2.0 é dissecado por diversos estudiosos, que se dedicam às mais variadas abordagens sobre o tema.

Nas últimas décadas, a sociedade ocidental tem atravessado um turbulento processo de transformações, que atinge todos os âmbitos e leva até a insinuar uma verdadeira ruptura em direção a um novo horizonte. Não se trata apenas da Internet e de seus universos virtuais para a interação multimídia. São inúmeros os indícios de que estamos vivenciando uma época limítrofe [...]. Nesse movimento, transformam-se também os tipos de corpos que são produzidos no dia-a-dia, bem como as formas de ser e estar no mundo que são "compatíveis" com cada um desses universos. (SIBILIA, 2008, p. 15)

Do mesmo modo, não fosse a fotografia e principalmente sua popularização, não haveria a possibilidade de registro do privado - as câmeras fotográficas digitais estão hoje ao alcance da pessoa comum, sejam esses equipamentos profissionais de última geração ou um item a mais em aparelhos de telefone celular. Voltada para o cotidiano, toma para si a responsabilidade de eternizar o instante e suas particularidades - personagem, pose, figurino, ambientação, ocasião - cumprindo o papel de registro "fiel" da realidade.

Desde seu início, a fotografia implicava a captura do maior número possível de temas. A pintura jamais teve um objetivo tão imperioso. A subsequente industrialização da tecnologia da câmera apenas cumpriu uma promessa inerente à fotografia, desde seu início: democratizar todas as experiências ao traduzi-las em imagens. (SONTAG, 2004, p.18)

O gosto pessoal expresso através do vestuário passa a ser uma constante social possibilitada com surgimento da moda. Ela instiga o desejo pela novidade, pela mudança, pela incorporação do superficial, da aparência como modos tanto de evidenciar a individualidade e

a personalidade quanto recriar, inventar e escamotear o sujeito. A moda movimenta economias, estimula o consumo, determina para o bem e para o mal quem e o que devemos ser – pervertendo todas as regras na próxima estação.

A moda não é mais um enfeite estético, um acessório decorativo da vida coletiva; é sua pedra angular. A moda terminou estruturalmente seu curso histórico, chegou ao topo de seu poder, conseguiu remodelar a sociedade inteira à sua imagem; era periférica, agora é hegemônica. [...] a sedução e o efêmero tornaram-se, em menos de meio século, os princípios organizadores da vida coletiva moderna; vivemos em sociedade dominante frívola, último elo da plurisecular aventura capitalista-democrática-individualista. (LIPOVETSKY, 2009, p.13)

Assim, não houvesse sido criada a fotografia, como registrar o cotidiano, traduzir experiências em imagens, nutrir memórias já não tão nítidas? Sem a Internet, como permitir a interatividade, a conexão on-line e a produção e disseminação de informações, independentemente de seu caráter? Se não fosse a moda e suas inúmeras possibilidades de apropriação e criação de estilos pessoais, como haver motivo (ou desculpa) para expor-se?

2.1 Fotografia: Experiência de Sociabilidade?

“Você aperta o botão, nós fazemos o resto.” George Eastman talvez não tivesse a noção exata de como o lançamento da primeira câmera fotográfica portátil, a Kodak, em 1888, influenciaria a relação do homem com o mundo à sua volta e com sua própria imagem. Desde então, essa democratização do registro fotográfico alcançou os mais variados temas e interesses, de belas paisagens e cenários exóticos ao emprego da imagem como notícia e registro do cotidiano. Essa tradução das experiências as mais variadas em imagens, ao alcance de um número maior de pessoas em milhões de vezes, confere então à fotografia um papel não apenas de registro corriqueiro – por exemplo, das festas em família, dos cenários de uma viagem, do encontro de amigos, de um casal de namorados – comumente visto em álbuns de família e em perfis de redes sociais, mas também reforça sua importância como instrumento de legitimação da identidade e de materialização da experiência cotidiana, localizando o indivíduo em um contexto.

A experiência cotidiana é um conceito trabalhado por diversos autores. Embora esse conceito não seja problematizado neste trabalho, é importante filiar a noção referida aqui à ideia de registro do dia a dia, atribuindo importância a cada ocasião e experiência vivida.

No artigo “O Cotidiano na Vida Contemporânea: a rua como lugar de experiência na obra de Philip-Lorca di Corsia”⁸, Victa Carvalho explica que o interesse pelo cotidiano é uma característica da modernidade, marcada pelo desenvolvimento das cidades, do capitalismo, das fábricas e suas linhas de montagem, isto é, de uma nova organização urbana, que tomou seu lugar de destaque na literatura, nas artes, nos jornais, no cinema, na fotografia. “O realismo das imagens torna-se, a partir desse momento, o modo de compreensão do real. As imagens produzidas passam a refletir cada vez mais as experiências diárias, aproximando as representações da realidade dos centros urbanos”. A fotografia se consolida nesse contexto como um importante dispositivo de representação do cotidiano, sobretudo a partir de sua industrialização e consequente popularização. (CARVALHO, 2012)

A exigência de que os eventos do cotidiano deveriam ser registrados imprimiu a tônica da representação moderna, que passa a incorporar não apenas acontecimentos extraordinários da vida urbana, mas também situações ordinárias, quaisquer, aproximando a representação das experiências diárias. (CARVALHO, 2012)

Nessa nova condição, que volta o olhar para o cotidiano urbano, das ruas, o fotógrafo do cotidiano assume de certo modo o papel de *flâneur* (FONSECA, 2010, p.1), personagem Baudelairesco que ronda as cidades a experimentá-la e a observar suas multidões anônimas. A fotografia, enquanto *flanêrie*, portanto, é o que confere um contexto e rostos eternizados à sua multidão, registrando sua existência, seu lugar, sua aparência, seus trajes, sua identidade e o aspecto de realidade.

No ensaio Pequena História da Fotografia, Walter Benjamin conta que as primeiras imagens de pessoas, registradas ainda nos daguerreótipos⁹ assustavam por sua rudimentar nitidez, ao ponto de haver muitos que não ousavam olhá-las por muito tempo. Além disso, os primeiros “modelos” dessas fotografias eram pessoas anônimas e como os jornais ainda não haviam sido popularizados, não havia o reconhecimento, a atribuição de identidade a esses rostos. “As primeiras pessoas reproduzidas entravam nas fotos sem que nada se soubesse

⁸ CARVALHO, Victa de. *O Cotidiano na Fotografia Contemporânea: a rua como lugar de experiência na obra de Philip-Lorca di Corsia*. Artigo inédito.

⁹ Daguerreótipos: imagem produzida pelo processo positivo, formada sobre uma fina camada de prata polida, aplicada sobre uma placa de cobre e sensibilizada em vapor de iodo, sendo apresentado em luxuosos estojos decorados. Em 7 de janeiro de 1839, o físico francês François Arago (1786-1835) apresenta o procedimento desenvolvido por Louis-Jacques Mandé-Daguerre e Nicéphore Niépce na Academia de Ciências de Paris. Esse primeiro anúncio do procedimento fotográfico será seguido de outros, um na Câmara dos Deputados em 3 de julho, e uma demonstração mais aprofundada no dia 19 de agosto na Academia de Ciências. Em 15 de junho do mesmo ano, o governo francês decide comprar a descoberta e em 1839 mesmo é lançada a primeira edição histórica e descritiva do daguerreótipo, traduzido em 27 línguas. A data comemorativa do surgimento da fotografia, contudo, é celebrada todo 19 de agosto.

sobre sua vida passada, sem nenhum texto escrito que as identificasse (...). O rosto humano era rodeado por um silencio em que o olhar repousava". (BENJAMIN, 1994, p.95)

Um gênero pertinente a este trabalho, no fim do século XIX e início do XX, é a fotografia de pessoas em suas rotinas, que não necessariamente tinham interesse em ser fotografadas, mas transmitiam no registro de sua imagem informações sobre seu ambiente, seu cotidiano. Essa dimensão é captada por August Sander, fotógrafo alemão que registrou no livro "Antlitz der Zeit – Sessenta fotografias de alemães do século XX", publicado em 1929, uma série composta por fotografias de seus conterrâneos, de camponeses aos ocupantes dos mais altos cargos, partindo do que seria uma "observação imediata". Para Benjamin, o trabalho de Sander é uma prova da necessidade que poderia vir a ser o registro em imagem dos traços fisionômicos. "(...) Temos que nos habituar a ser vistos, venhamos de onde viermos. Por outro lado, teremos também que olhar os outros. A obra de Sander é mais que um livro de imagens, é um atlas, no qual podemos exercitarmos". (BENJAMIN, 1994, p.102-103).

Esse registros de Sander e a análise de Benjamin nos levam a duas reflexões pertinentes para esta monografia: é perceptível a interpretação da fotografia do cotidiano como representação fiel do real, uma vez que ela é tomada como técnica de registro e fruto de uma observação para a qual "o autor não se comportou como cientista, não se deixou assessorar por teóricos racistas ou sociólogos, mas partiu, simplesmente, da 'observação imediata'" (BENJAMIN, 1994, p.103). Essa questão será abordada mais adiante. Já a segunda reflexão refere-se ao homem ordinário, tema não só da fotografia como também de diversos outros campos sociais e das artes no século XX, e seu processo de construção identitária através do reconhecimento de si em imagem, mediada pelo confronto como olhar do outro. Sobre este ponto, podemos assimilar a reflexão feita por Andréa França sobre o cinema documentário contemporâneo no artigo "Ser imagem para outro"¹⁰, que é perfeitamente aplicável à fotografia.

Esse est percipi, ser é ser percebido. Essa afirmação é do filósofo irlandês Berkeley. Quando olho, sou visto, logo existo. Meu olhar testemunha minha visibilidade para o outro, que me devolve minha própria consistência, meu sentimento de existir. Na raiz do perceber, do reproduzir, do representar, há o ser percebido, instalado na precariedade entre a atestação, por um outro olhar, da existência própria e esse mesmo olhar que coisifica, transfigura, desfigura, destrói. É essa situação paradoxal – estar suspenso, em imagem, ao

¹⁰ Publicado em MÉDOLA, A., ARAÚJO, D., BRUNO, F, (orgs.). *Imagen, Visibilidade e Cultura Mediática*. Livro da XV COMPÓS. Porto Alegre: Sulina 2007.

olhar do outro como condição de consistir em si mesmo, de existir (...). (FRANÇA, 2007, p.47)

O ato de reconhecer-se em imagem fotográfica, portanto, é uma forma de trazer para o sujeito essa legitimidade identitária, reforçada principalmente quando o reconhecimento parte também do olhar do outro: “toda comunicação requer a existência do outro, do mundo, do alheio, do não-*eu*, por isso todo discurso é dialógico e polifônico, inclusive os monólogos e os diários íntimos: sua natureza é sempre intersubjetiva” (SIBILIA, 2008, p.32). Assim, sendo a fotografia uma forma de comunicação através do registro em imagem, ela se torna uma experiência de sociabilidade, uma vez que dota “cada um de uma promessa de imagem, da consciência de ter uma imagem de si a produzir, a mostrar ou esconder, a colocar (ou não) em cena” (FRANÇA, 2007, p.48), escolhas que por si mesmas demandam a existência de seu interlocutor/observador.

Pode-se supor então que é conveniente para o fotografado que sua imagem seja vista, contemplada, apresentada ao público – seja em uma exposição, um álbum de família, publicadas em perfis de mídias sociais –, na mesma proporção que é curioso ao observador repará-las, sobretudo quando há o reconhecimento daqueles que são retratados. “Nenhuma obra de arte é contemplada tão atentamente em nosso tempo como a imagem fotográfica de nós mesmos, de nossos parentes próximos, de nossos seres amados”. (LICHTWARK apud BENJAMIN, 1994, p.103). Não é a intenção aqui aprofundar o conceito de obra de arte, mas sim ressaltar nessa declaração de Alfred Lichtwark a importância do reconhecimento e identificação com o sujeito fotografado, com o outro.

Tendo essa questão em mente e transpondo para o contemporâneo, o interesse aqui, portanto, não é mais pelo olhar do fotógrafo, que neste trabalho tem seu papel desglamourizado, desmitificado – pois embora seja ele o responsável pela captura da imagem (e não negando a ele o direito à autoria) não há a priori, em especial para o fotografado, uma preocupação estética apurada mas sim de um simples registro. O fotógrafo nesse caso é o operador da câmera fotográfica, independente se profissional ou amador, função que pode inclusive coincidir ou não com o retratado¹¹. Logo, a importância maior é dada ao olhar de reconhecimento do outro sobre o fotografado e o desejo deste de ser reconhecido em imagem. A isto, soma-se à popularização e à facilidade de acesso a câmeras fotográficas em nossos

¹¹ Embora discussões importantes referentes ao autorretrato possam ser levantadas aqui, o tema não é pertinente ao presente trabalho.

dias, presentes até celulares e aparelhos mp3: a fotografia deixou de ser luxo para ser cotidiana.

Essa fotografia, voltada para o registro e o reconhecimento mediante o olhar do outro – e aqui retomamos a primeira reflexão apontada – propõe-se o status de representação fiel do real. Assim como na obra de Sander, a noção de realidade em relação ao registro do cotidiano é motivo de reflexão e debate desde o século XIX, com o surgimento da estética do realismo na fotografia e nas demais formas de expressão artísticas e comunicacionais. De acordo com Beatriz Jaguaribe no ensaio “Modernidade cultural e estéticas do realismo”¹², há duas formas antagônicas de interpretar a legitimidade dessa representação do real. A seu favor, há quem a defenda como experiência da realidade. No outro lado, ela é vista como mais uma forma estética que, por ser naturalizada no cotidiano, acaba por ocultar seus processos de ficcionalização. Sobre essas interpretações, Jaguaribe acredita que ambas definem aspectos pertinentes à representação do real.

As estéticas do realismo crítico almejam captar as maneiras cotidianas pelas quais os indivíduos expressam seus dilemas existenciais por meio das experiências subjetivas e sociais que estão em circulação nas montagens da realidade social. Oferecem, dessa forma, uma intensificação desses imaginários, na tentativa de tornar o cotidiano amorfó, fragmentário e dispersivo mais significativo, embora, muitas vezes, o retrato social que resulta disso seja o de cenários desolados. Mas isso não exclui a segunda consideração, ou seja, de que essas estéticas são socialmente codificadas, que elas são interpretações da realidade e não a realidade. *O paradoxo do realismo consiste em inventar ficções que parecem realidades.* (Grifo do autor. JAGUARIBE, 2007, p. 15-16).

Essa estética do realismo toma uma proporção ainda maior na sociedade contemporânea. Em um mundo globalizado, cada vez mais conectado através dos meios de comunicação – sobretudo através da *Internet*, que será o próximo tópico abordado – é crescente a demanda por um registro do cotidiano que seja naturalizado, tomado como representação fiel do real. Além disso, é necessário que a ficção realista captada naquele determinado instante individualize a experiência do sujeito ao mesmo tempo em que a legitime como representação da realidade, através da noção de vivência cotidiana do observador. “O que caracteriza a ficção realista (...) é que a narrativa ou a imagem realista nos diz que está em sintonia com a experiência presente, que ela traduz a equiparação entre a representação do mundo e a realidade social”. (JAGUARIBE, 2007, p.17).

¹² Ensaio publicado em: JAGUARIBE, Beatriz. *O Choque do Real - estética, mídia e cultura*. Rio de Janeiro:Rocco, 2007.

O objeto de estudo deste trabalho está, portanto, inserido nesse contexto, do registro fotográfico como representação cotidiana do real na sociedade contemporânea. Aqui, é possível resgatar mais uma vez o paralelo com o artigo de Victa de Carvalho sobre Philip-Lorca diCorsia. O trabalho do fotógrafo encaixa-se nesse limiar entre a ficção e a realidade, como explica a pesquisadora:

A rua foi o cenário escolhido pelo artista para investigar o cotidiano e a experiência nas cidades. Em *New York*, a imagem de passantes distraídos, absorvidos em suas ações e alheios à presença do fotógrafo e a seu equipamento montado na cena pública nos remete a uma teatralidade do cotidiano. A rua é o seu local de trabalho e os passantes os seus personagens casuais. Com *flashes* automáticos e fotocélulas, diCorsia imprime momentos do cotidiano da cidade sem jamais falar com a pessoas ou estabelecer uma relação direta com elas.

[...]

A estratégia empregada pelo fotógrafo é montar o equipamento e esperar pelos momentos almejados, pelo gesto do cidadão comum, pelo teatro do cotidiano. Não se trata aqui de uma busca pela naturalidade ou pela verdade, mas de uma teatralidade inerente aos passantes, uma representação que ultrapassa os limites da imagem fotográfica e brinca com a própria experiência de estar em público. (CARVALHO, 2012, p. 10)

A fotografia do look diário, na qual as blogueiras a priori posam com a intenção de mostrar ao seu público a roupa usada por ela naquele dia, passa também por essa representação de uma realidade ficcionada, da pose e da teatralidade, embora fora do campo de discussão da arte. Ao contrário de diCorsia - que ficcionaliza o cotidiano, deixando evidente em seu trabalho, ao mesmo tempo, a “espontaneidade do cotidiano” e a “artificialidade da pose” (CARVALHO, 2012, p. 12) -, a intenção de uma autora de blog de looks é fazer crer que a sua imagem, ainda que posada para o registro fotográfico, é autêntica, real.

O interesse principal de uma blogueira de looks é portanto levar seu leitor/observador a acreditar que não apenas a fotografia dela mesma – desconsiderando aqui toda a possibilidade existente de alteração de imagem por meio de recursos com programas de edição, como o Photoshop, que não será levada em discussão, embora tenha sido uma das perguntas feitas às blogueiras que responderam o questionário¹³ -, é fiel à sua aparência, mas que a escolha de suas roupas, seu gosto pessoal, sua fala, a descrição de seu cotidiano são fiéis à realidade e não somente um discurso, uma postura adotada pela autora do blog - embora o que ele queira ver, contemplar não seja apenas o jeans-e-camiseta básico, “cotidiano”, mas uma composição de peças de roupas que combinem entre si, harmônicas, que tragam à

¹³ Pergunta: “Você edita suas fotos?”. Anexos _____, p. _____

imagem o belo e o diferente. Esse ponto, no entanto, faz referência a outro tópico do presente trabalho: a Moda.

2.2 Internet, *Blogs* e Redes Sociais

Na sociedade contemporânea, o ato de ser visto é amplificado na *Internet* e nas redes sociais. Assim como ocorre com a fotografia, porém por meios e formas diferentes, o mundo *on-line* proporciona a experiência de ver, falar, ser visto e ouvido, em escala global. De acordo com dados do IBOPE de março de 2011, somente no Brasil já são 73,9 milhões de pessoas acima de 16 anos com acesso à *Internet*.

Em menos de uma década, os computadores interconectados através das redes digitais de abrangência global se converteram em inesperados meios de comunicação. (...) Nos meandros desse ciberspaço, de escala global germinam novas práticas de difícil qualificação, inscritas no nascente âmbito da comunicação mediada por computador. São rituais bastante variados, que brotam em todos os cantos do mundo e não cessam de ganhar novos adeptos dia após dia. (SIBILIA, 2008, p.11-12)

Sobre essas práticas comunicacionais permitidas com o advento da *Internet*, podemos conferir aos *blogs* o papel de primeira ferramenta *on-line* a comportar mecanismos de expressão e comunicação entre leitor e usuário. A história dos *blogs* começa na década de 90, como desdobramento de comunidades digitais como o Usenet¹⁴ e fóruns de discussões virtuais. Em 1997, Jorn Barger, criador de um dos primeiros FAQ's, *Frequently Asked Questions* (em português, “perguntas frequentes”), cunhou o termo *weblog* como forma de definir o que era um *log* de dados¹⁵ na *web*, ou seja, um site de dados. Barger é autor do *Robot Wisdom*¹⁶, considerado o primeiro *weblog* da história. *Log* também significa “diário de bordo”, e foi com essa característica de relato diário que os *weblogs* começaram a ganhar adeptos. Os primeiros *weblogs* eram a princípio componentes de sites e as atualizações eram feitas no próprio código da página.

¹⁴ *Unix User Network*, meio de comunicação criado em 1979 nas Universidades da Carolina do Norte de Chapel Hill e de Duke, para oferecer serviços de transferência de arquivos. Nele, os usuários enviam suas mensagens de texto, chamadas de artigos, em fóruns agrupados por assunto. Esses artigos são então retransmitidos através de uma extensa rede de servidores interligados. (WIKIPEDIA - <http://pt.wikipedia.org/wiki/Usenet>)

¹⁵ Termo utilizado para descrever o processo de registro de eventos relevantes num sistema computacional.

¹⁶ Disponível em <http://robotwisdom.com/> . Acessado em 21/05/2012

A derivação da expressão *weblog* para *we blog*, “nós blogamos”, foi um trocadilho criado por Peter Merholz, do site *peterme.com*¹⁷, em 1999, e logo caiu nas graças de Evan Williams, co-fundador da Pyra Labs, empresa que desenvolveu o *Blogger*, um dos primeiros serviços de criação gratuita de *blogs* na Internet. Nas mãos de Williams, *blog* tornou-se substantivo (o *weblog*) e verbo (*to blog*, em português *blogar* ou publicar um texto em um *weblog*). Esses termos se popularizaram assim como o *blogger* (que também define hoje quem faz posts em *blogs*, sendo um terno equivalente a “blogueiro”), que trazia uma série de evoluções que já vinham sendo feitas para facilitar a produção e manutenção dos artigos publicados nos *blogs*.

Entre essas mudanças estavam tornar o sistema de postagens mais simples, rápido e na ordem cronológica inversa, com as publicações mais recentes aparecendo à frente das mais antigas. Em 2000, o *Blogger* criou o *permalink*, possibilitando que cada post pudesse ter uma url, link permanente que redireciona diretamente para cada publicação feita no *blog*. Algumas plataformas ainda não permitiam programas de comentários aplicáveis aos sistemas de publicação de *blogs*, questão que logo foi solucionada por usuários e *hackers*: isso não só criou um espaço aberto para comentários e críticas às postagens, mas possibilitou a interação do blogueiro/produtor de conteúdo com seus leitores, que agregam suas próprias impressões e expressam suas afinidades, formando uma rede entre pessoas das mais variadas localizações que interagem motivados por interesses em comum. Quando o *Blogger* surgiu em 1999 eram cerca de 50 *blogs* em todo o mundo; em 2003, já chegavam a quase quatro milhões¹⁸ e esse número se multiplica ano após ano: assim surge a chamada *blogosfera*. Atualmente, segundo dados do *BlogPulse*¹⁹ de 2010, esse número é de cerca de 152 milhões de *blogs*, que abordam os mais variados temas.

A blogosfera é um dos fatores que levaram à definição da Web 2.0²⁰, etapa de desenvolvimento da *Internet* que superou a era dos grandes portais e sites pouco interativos de empresas e abre as portas para uma participação mais ativa do usuário, dando a ele a possibilidade de ser não apenas consumidor, mas também produtor de conteúdo. Como bem define Paula Sibilia, é a “peculiar combinação do velho slogan *faça você mesmo* com o novo mandato *mostre-me como for*”. (SIBILIA, 2008,p.14). Exemplo disso são os números

¹⁷ Disponível em <http://www.peterme.com/>. Acessado em 21/05/2012

¹⁸ Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Blog> .Acessado em 21/05/2012

¹⁹ Citado em <http://royal.pingdom.com/2011/01/12/internet-2010-in-numbers/>.Acessado em 21/05/2012.

²⁰ “Revolução Web 2.0”: termo criado em uma conferência sobre *cibercultura* realizada em 2004 no Vale do Silício, para definir essa nova forma mais participativa na relação do usuário com a *Internet*.

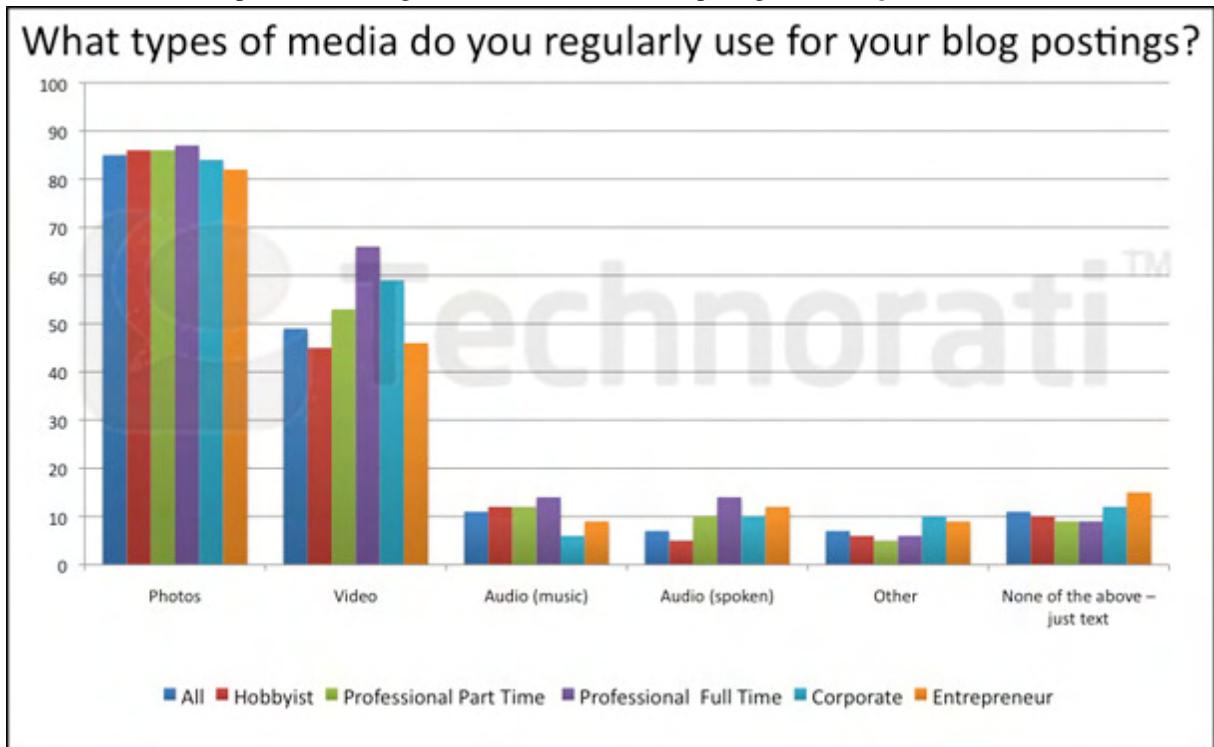
apontados em matéria do “Estadão On-line”²¹, de dezembro de 2007, estimando que em cinco anos, no atual ano de 2012, 25% do conteúdo da *Internet* seria criado, editado e compartilhado pelos próprios usuários da rede. De acordo com a pesquisa, chamada “A Glimpse of the Next Episode” e realizada pela empresa Nokia, “as pessoas terão um desejo genuíno não só de criar e compartilhar seu próprio conteúdo, como também de fazer remixagens e mashups, e passá-los adiante em seus grupos - numa forma de mídia social colaborativa”.

De fato, essa previsão não destoa da realidade que temos hoje uma vez que nesses espaços *on-line*, dos *blogs* e das redes sociais, os usuários da *Internet* contam cada vez mais e não somente através de palavras, mas também de imagens e vídeos, sobre os mais variados assuntos, quem são eles, seus gostos e seu cotidiano, como nos antigos diários pessoais. “Ou melhor, do diário éxtimo, de acordo com um trocadilho que procura dar conta dos paradoxos dessa novidade, que consiste em expor a própria intimidade nas vitrines globais da rede”. (SIBILIA, 2008, p.12).

Essa tendência, ampliada pela crescente facilidade de acesso à *Internet*, tendo como resultado uma produção de conteúdo para a *web* cada vez maior e aliada ao desenvolvimento da fotografia digital e dos mecanismos de digitalização e compartilhamento de imagens, tem levado à formação de um campo gigantesco de informação visual na rede. De acordo com dados da pesquisa State of the Blogosphere de 2011 do Technorati²², 90% dos 4.114 blogueiros entrevistados (ver gráfico abaixo) postam fotografias em seus *blogs* e metade deles vinculam vídeos. Além disso, os usuários da *Internet* contam com demais redes de compartilhamento de imagens e vídeos a seu dispor, como o *Flickr* e o *YouTube*, respectivamente, e variedades dos *blogs*, como o *fotolog* e o *videolog*, entre outros.

²¹ <http://www.estadao.com.br/noticias/tecnologia,em-5-anos-25-do-entretenimento-sera-criado-por-usuarios,92137,0.htm> (Acessado em 21/05/2012)

²² Disponível em <http://technorati.com/social-media/article/state-of-the-blogosphere-2011-part3/#ixzz1visZiZiZ> (Acessado em 22/05/2012)

Gráfico 1: Quais os tipos de mídia regularmente usados em suas postagens no *blog*?

23

Essa pesquisa ainda divide os perfis de blogueiros em categorias: os que escrevem por *hobby*, representando 60% dos entrevistados; 18% são profissionais independentes que dedicam tempo parcial ou total aos seus *blogs*, como forma de complementar a renda; corporativos, contratados para administrar *blogs* de empresas, representando 8% da categoria; e os empreendedores, correspondendo a 13% da blogosfera, usam seus *blogs* para divulgar seus próprios negócios. O objeto de estudo deste trabalho, os *blogs* de *look do dia*, se enquadram nas duas primeiras categorias apresentadas, isto é, são feitos por *hobby* ou encarados como profissão independente.

O desenvolvimento das redes sociais se deu paralelamente à evolução dos *blogs*, tendo como sua primeira forma de manifestação a invenção dos *e-mails*, que possibilitaram a troca de mensagens *on-line*. O surgimento dos *e-mails* datarem da década de 60, tendo sido criados e gradativamente desenvolvidos em outras redes de computadores que antecederam a *Internet*. A partir deles, que são até hoje uma das principais ferramentas de comunicação *on-line*, foram sendo desenvolvidas formas de interação mais dinâmicas, como a troca de mensagens instantâneas, ou bate-papo, a exemplo do AOL Instant Messenger (AIM), do provedor “America Online”, criado em 1997. No mesmo ano, surgiu a *Sixdegrees*, primeira rede social

²³ Idem 15

a permitir a criação de um perfil virtual, publicações, lista de contatos e visualização do perfil de terceiros. Na mesma linha, foram criadas várias outras redes de integração virtual, entre as quais se destaca o *MySpace*, em 2003, que permite ao usuário postar músicas e fotos, personalizar seu espaço através de textos autobiográficos, participar de fóruns e grupos e ainda trocar mensagens com outros perfis da rede. Até setembro de 2007, o *MySpace* contava mais de 200 milhões de perfis inscritos.

Os principais disseminadores de conteúdo, no entanto, são as redes sociais digitais que surgiram após a definição do termo *Web 2.0* – como o *Orkut*, o *Facebook* e o *Twitter*, por exemplo – sendo que sua importância não está atrelada apenas aos aspectos técnicos, mas à nova forma que seus desenvolvedores e principalmente seus usuários passaram a interpretá-la e a utilizá-la. O *Orkut*, lançado em 2004, contribuiu principalmente com os conceitos de mural de recados, em que os “amigos” dos usuários poderiam deixar mensagens e trocar informações, e o de comunidades, em que os usuários se tornam membros de grupos de acordo com seus gostos e interesses. Essas comunidades estabelecem verdadeiros nichos, uma vez que os usuários interagem entre si na grande maioria das vezes sem sequer se conhecerem no “mundo real” e criam vínculos uns com os outros tendo como denominador comum muitas vezes apenas o assunto abordado pela comunidade. No mesmo ano, foi criado o *Facebook*, a princípio restrito aos estudantes de Harvard. Apenas em 2006, ano em que também surgiu o *Twitter*, a inscrição para o *Facebook* foi aberta ao público.

No *Facebook*, o usuário recebe em sua página inicial o *feed* de notícias, atualizações de status como mensagens, *links*, fotos e vídeos postados por todos os seus “amigos”, como se fosse uma relação de notícias de uma página de jornal *on-line*. Cada usuário produz também seu próprio “jornal pessoal”, compartilhando do mesmo modo sobre seus próprios interesses. Há ainda a ferramenta *curtir* aplicada às *fanpages*, páginas especiais administráveis que resgatam a noção de comunidades do *Orkut*, pois o usuário assinante de determinada *fanpage* recebe atualizações desse perfil e pode interagir através de comentários com os demais “fãs” daquele assunto/site/empresa/personalidade. No *Twitter*, a dinâmica de *feed* de notícias é semelhante, porém em 140 caracteres e com a diferença que o usuário pode seguir / ser seguido perfis que abordem assuntos de seu interesse.

Mais que estabelecer vínculos entre seus usuários, redes sociais como *Twitter* e *Facebook* são utilizadas como importantes ferramentas divulgadoras de conteúdo dos *blogs*.

Segundo dados de 2011 do Technorati²⁴, 82% dos blogueiros que responderam à pesquisa utilizam o *Twitter*, sendo que 77% tem como objetivo promover o *blog*, e nove a cada dez entrevistados usam o *Facebook* e metade deles possuem páginas separadas para o seu *blog* e para sua conta pessoal. Para esses participantes, *Facebook* e *Twitter* são as redes sociais mais eficazes para promover seus *blogs* e atrair novos leitores.

É intrínseca à história da Internet, dos *blogs* e das redes sociais, a reconfiguração das relações sociais na contemporaneidade, em especial no que diz respeito ao olhar do outro e à tênue separação entre as noções de público e o privado, uma vez que a exposição da intimidade é recorrente e potencializada nessas novas mídias digitais. De acordo com Fernanda Bruno no artigo “Quem está olhando? Variações do público e do privado em *weblogs, fotologs* e *reality shows*”²⁵ (2006), as tecnologias de comunicação não apenas se afirmam como uma marca da Atualidade, como também tem sido decisivas no processo de distanciamento da Modernidade – período anterior da História marcado pela definição e consolidação do autorregramento dos espaços público e privado, baseada em princípios como a prática de cuidados de limpeza, saúde e beleza (asseio como prática de foro íntimo e cuidado com o que é visível ao outro) e ordem (regras de convivência em sociedade impostas ao indivíduo). (BRUNO, 2006)

O advento das novas tecnologias comunicacionais, como *weblogs* e as redes sociais, possibilitou ao indivíduo comum não apenas observar, mas também ser visto. Isso resulta “não apenas [em] uma reordenação da esfera pública pelas tecnologias comunicacionais, mas uma crescente penetração da esfera privada na cena pública midiática” (BRUNO, 2006, p. 140). O foco principal dos *blogs* e mídias sociais como o *Twitter* e o *Facebook*, retomando o conceito de *diário exíto* de Paula Sibilia, é dar conta, portanto, do cotidiano, dos gostos, de mostrar esse sujeito comum, contemporâneo, que anseia pela exposição de si.

Este [o indivíduo comum] é chamado a ocupar o outro lado da tela, a passar de consumidor de imagens a ator de sua própria vida e de seu próprio cotidiano, naquilo mesmo que ele tem de mais corriqueiro e ordinário. É como se o princípio da visibilidade, que já se sobreponha ao princípio de realidade no âmbito mais amplo da cena pública, se estendesse às vidas e existências privadas, que passam a requerer a visibilidade como uma espécie de direito ou condição almejada de legitimação e reconhecimento. (BRUNO, 2006, p. 140).

²⁴ <http://technorati.com/social-media/article/state-of-the-blogosphere-2011-part2/page-2/#ixzz1viq7BMsv>
(Acessado em 22/05/2012)

²⁵ Artigo publicado em FATORELLI, A., BRUNO, F. (orgs). *Limiares da Imagem: Tecnologia e Estética na Cultura Contemporânea*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.

Outra questão pertinente apontada por Bruno é a do olhar do outro a quem toda essa exposição permitida pelas tecnologias é dirigida. Se na Modernidade a intimidade era velada a esse olhar, contemporaneamente a exposição da privacidade aponta para uma subjetividade construída no âmbito de uma visibilidade mediada pelas tecnologias de informação (BRUNO, 2006).

A comunicóloga explica que quem é esse “outro” da atualidade a partir de uma comparação com o olhar público da modernidade. Segundo ela, o olhar público moderno é regido pela noção de *superego*²⁶, encarnando as normas sociais às quais todo indivíduo moderno está submetido, enquanto no âmbito privado o sujeito é resguardado da ordem pública, criando um conflito entre essas dimensões; já o contemporâneo é vinculado ao *ideal de ego*, em que “[a realização pessoal está] mais ligada à superação dos limites e à alta performance individual do que à aceitação dos limites, a interdições superegóicas e à adequação a normas coletivas”. Isto é, o sujeito se mostra a esse olhar conforme o seu ideal almejado, cujo alcance depende apenas dele mesmo: nesse caso, é preciso “parecer”, “ser visto”, para então “ser”. A importância para o sujeito contemporâneo, portanto, está em ser reconhecido, ser visto, para assim atestar sua subjetividade (BRUNO, p. 147):

[...] numa cultura regida pelo ideal de ego, a vida privada se volta para fora, em busca de um olhar que a reconheça e ateste sua visibilidade. [...] As bordas do visível expandem-se tanto no que concerne ao que é digno de nota e visibilidade – ser visto não é mais privilégio dos seres e feitos extraordinários e estende-se ao mediano e ao comum a todos – quanto ao que é passível de ser exposto a outrem – a intimidade sai dos recantos da vida privada para tornar-se matéria privilegiada de exposição pública.[...] a passagem à visibilidade confere uma ‘existência’ à vida privada dos homens banais, cuja ‘consistência’ reside na exposição ao olhar do outro. (BRUNO, 2006,p.148)

Os *blogs* e as mídias sociais cumprem, portanto, seu papel como práticas de exposição da intimidade na Internet, constituindo “uma cena pública para as experiências privadas e afirmando-se como instâncias de legitimação social do íntimo” (BRUNO, 2006, p.148).

Essa ânsia pela legitimação nas redes sociais é debatida por Sibilia, que questiona se a exposição da intimidade e os “usos ‘confessionais’²⁷ da internet” são fiéis à realidade ou uma narrativa ficcional, firmada nesse “parecer”, num ideal. Em casos como o dos *blogs* de looks diários, objeto de estudo deste presente trabalho, há um distanciamento, pela linguagem,

²⁶ “uma das instâncias psíquicas (...) cujo papel é assimilável ao de um juiz ou de um censor relativamente ao ego [...] surge principalmente como uma instância que encarna uma lei e proíbe a sua transcrição” (LAPLANCHE apud BRUNO, 2006, p. 145)

²⁷ Grifo do autor

desse questionamento quanto ao seu caráter ficcional, uma vez que ao assumir o discurso em primeira pessoa do singular, o *blogueiro* adota características pertinentes aos gêneros autobiográficos que se apoiam na confiança do leitor de que sua narrativa é legítima e real. De acordo com Paula Sibilia, ao comentar sobre a obra “O Pacto Autobiográfico”, de Philippe Lejune , “as obras autobiográficas se diferenciam de todas as demais porque estabelecem um “pacto de leitura” [...] se o leitor acredita que o autor, o personagem principal e o personagem de um relato são a mesma pessoa, então se trata de uma obra autobiográfica”. (SIBILIA, 2008, p.30). No entanto, esse “eu” da Internet, autor, narrador e personagem é construído na linguagem, no relato subjetivo e cheio de significações de suas experiências apresentadas por ele, o que também o constitui como uma ficção de si:

[o *eu* é] Uma unidade ilusória construída na linguagem, a partir do fluxo caótico e múltiplo de cada experiência individual. Mas se o *eu* é uma ficção gramatical, um centro de gravidade narrativa, um eixo móvel e instável onde se convergem todos os relatos de si, também é inegável que se trata de um tipo muito especial de ficção. [...] é uma ficção necessária, pois somos feitos desses relatos: eles são a matéria que nos constitui enquanto sujeitos. A linguagem nos dá consistência e relevos próprios, pessoais, singulares, e a substância que resulta desse cruzamento de narrativas se (auto)denomina *eu*. (SIBILIA, 2008, p.31)

Como Fernanda Bruno, Paula Sibilia também ressalta a importância do *olhar do outro* na formação da subjetividade do “*eu* que fala” e do “*eu* que narra”, uma vez que “toda comunicação requer a existência do outro, do mundo, do não-*eu*, por isso todo discurso é dialógico e polifônico, inclusive os monólogos e os diários íntimos [...]. As mídias digitais são os artefatos da atualidade permitem a produção de uma subjetividade exteriorizada, exposta ao olhar do outro que não apenas a observa como contribui para sua construção. (SIBILIA, 2008, p.32).

Para Bruno, essa subjetividade exteriorizada, embasada no desejo de ser reconhecido e visto pelo outro, evidencia um processo de construção de identidade, do *eu*, que coincide com a exposição de si. Embora a aparência frívola dessa subjetividade escancarada possa levar a crer em uma forma de interioridade rasa, ela apenas muda o foco para a aparência, para o superficial, que no âmbito da exposição e dos “usos confessionais”, sobretudo na *Internet*, adquirem o mesmo peso e importância que o que está por trás do que é mostrado. (BRUNO, 2006, p.149).

É nesse contexto contemporâneo, que nos deparamos com o fenômeno da autoexposição em *blogs* de estilo - ou como são popularmente conhecidos, os *blogs de looks*. Através de fotografias de si próprios com a roupa (o *look*) que escolheram para passar aquele

dia, seus autores-personagem provocam espontaneamente a superexposição de sua própria imagem. Ainda que evidenciem apenas uma representação, um ideal de realidade manipulável, esses *blogs* e suas peculiaridades – a narrativa na primeira pessoa do singular, a aparência do autor, as imagens apresentadas e o olhar do outro, em especial do público leitor - alimentam o debate sobre afirmação e legitimação da identidade e refazem as fronteiras entre o público e o privado, realidade e ficção, imagem e interioridade. Nesses espaços, em que o retrato fotográfico é tornado público em um meio de alcance global como a *Internet*, por intenção e vontade própria do fotografado e toma essa dimensão ampliada, deve ainda ser levado em consideração outro modo de expressão e formação identitária: a moda.

2.3 Moda: Significações Culturais

Entre os três dispositivos aqui apontados como as bases dos *blogs* de looks, a moda é talvez o mais controverso. Embora sua importância histórica, os grandes nomes da moda, seu papel na sociedade de consumo e na manutenção da economia sejam atualmente reconhecidos e melhor compreendidos, ainda há quem se oponha à sua superficialidade e seus exageros. No entanto, a moda é um fenômeno *nossa*: seu surgimento se deu no cerne da sociedade ocidental moderna, ela determina nossos códigos *vestinômicos* de etiqueta e nos permite expressar nosso estado de espírito, nossa personalidade e nossas intenções por trás da escolha das roupas.

No livro *46 Livros de Moda que você não pode deixar de ler*²⁸, a pesquisadora Cristiane Mesquita indica a leitura de “O Império do Efêmero”, de Gilles Lipovetsky, com a seguinte justificativa, que dá a compreensão pretendida neste trabalho sobre a moda:

“Foi com o livro que pude ver explícitas as ideias de que a variação sistemática do vestuário, o surgimento da figura do estilista, os desejos de diferenciação e expressão de si tem tudo a ver com a construção histórica daquilo que chamamos “eu” e “você”. E que os modos de funcionamento social, econômico, político, cultural e artístico de determinada época interagem todo o tempo com a maneira como o corpo e a aparência são percebidos, investidos e (re)construídos.” (MESQUITA, 2007, p.29)

A primeira pergunta a se fazer quando se pensa em moda é sobre sua definição, que se confunde com seu processo de construção histórica. Para o autor, ao contrário do que se

²⁸ PERLINGEIRO, Camila (org). *46 Livros de Moda que você não pode deixar de ler*. Rio de Janeiro: Memória Visual, 2007.

imagina, ela não é fruto apenas da distinção de classes e da manifestação de prestígio e riqueza através das vestimentas, sendo isto mais uma função social da mesma; conforme Lipovetsky, “recolocada na imensa duração da vida das sociedades, a moda não pode ser identificada à simples manifestação das paixões vaidosas e distintivas; ela se torna uma instituição excepcional, altamente problemática, uma realidade sócio-histórica do Ocidente e da própria modernidade” (LIPOVETSKY, 2009, p.11). A moda então está mais ligada à negação do passado tradicional e à celebração do presente e do novo:

[...] na história da moda, foram os *valores* e as *significações culturais modernas*, significando em particular o *Novo* e a expressão da individualidade humana, que tornaram possíveis o nascimento e o estabelecimento do sistema da moda da Idade Média tardia; foram eles que contribuíram para desenhar, de maneira insuspeitada, as grandes etapas de seu caminho histórico. [...] Não há história cronológica dos estilos e das mundanidades elegantes, mas os grandes momentos, as grandes estruturas, os pontos de inflexões organizacionais, estéticas, sociológicas que determinaram o percurso plurissecular da moda. (LIPOVETSKY, 2009, p.11)

Ainda contradizendo a noção geral, de uma existência consubstancial da moda à vida em sociedade, Lipovetsky marca seu nascimento: ela se deu no cerne do desenvolvimento do mundo moderno ocidental, a partir do final da Idade Média, quando surgiram em meados do século XIV as diferenciações entre os trajes feminino e masculino. Antes disso, não havia, apesar das evoluções e influências pelos quais o código indumentário das sociedades anteriores passava, o que ele considera uma das características fundamentais da moda tal como a conhecemos: a efemeridade. As mudanças no vestuário, portanto, não se dão mais apenas como uma evolução pela praticidade, função ou aprimoramento de recursos, mas por seu valor de artifício, exibição e busca constante por novidade:

É antes de tudo à luz das metamorfoses dos estilos e dos ritmos precipitados da mudança no vestir que se impõe essa concepção histórica da moda. A esfera do parecer é aquela em que a moda se exerceu com mais rumor e radicalidade, aquela que, durante séculos, representou a manifestação mais pura do efêmero. (LIPOVETSKY, 2009, p.25)

A descrição e detalhamentos da vestimenta nesse período de surgimento da moda não competem a este trabalho, mas é pertinente destacar, por exemplo, que as primeiras iniciativas de registro e historização do vestuário remetem do final do século XV e início do XVI, numa tentativa de acompanhar as rápidas mudanças no vestuário. Essa velocidade é destacada na fala de Montaigne sobre a França do século XVI, em *Les Essais*, conforme cita o teórico: “Nossa mudança é tão súbita e tão rápida nisso que a invenção de todos os alfaiates do mundo

não poderia fornecer novidades suficientes” (MONTAIGNE apud LIPOVETSKY, 2009, p.33).

No entanto, as mudanças que se aplicavam não alteravam tanto a estrutura e as formas dos trajes, mas principalmente os detalhes e acessórios. O autor cita, por exemplo, a diversidade de enchimentos ou “anquinhas” dos vestidos do século XVIII, que mudaram diversas vezes apenas a sua forma, permanecendo por mais de meio século no *dress code* feminino da época. “É a lógica das mudanças menores que caracteriza propriamente a moda” (LIPOVETSKY, 2009, p.35).

Essa frequência de mudanças não é por si responsável pela movimentação da moda, mas sim o valor conferido à novidade, àquilo que é dado e determinado como tendência no tempo presente, representando uma ruptura com a tradição e os costumes incutidos como herança ancestral ou mesmo do momento histórico anterior:

A novidade tornou-se fonte de valor mundano, marca de excelência social; é preciso seguir “o que se faz” de novo e adotar as últimas mudanças do momento: o *presente* se impôs como o eixo temporal que rege uma face superficial mas prestigiosa das elites. [...] [A moda] está do lado da irracionalidade dos prazeres mundanos e da superficialidade lúdica, na contracorrente do espírito de crescimento e do desenvolvimento do domínio da natureza. Mas, por um outro lado, a moda faz parte estruturalmente do mundo moderno em devir. Sua instabilidade significa que o parecer não está mais sujeito à legislação intangível dos ancestrais, mas que procede da decisão e do puro desejo humano. (LIPOVETSKY, 2009, p.36).

Essas modificações constituem outra característica da moda apontada pelo autor, a fantasia estética e a teatralidade, que não necessariamente são representadas pelo exagero, mas pela iminência do novo: “Na moda, o mínimo e o máximo, o sóbrio e a lantejoula, a voga e a reação que provoca são da mesma essência, quaisquer que sejam os efeitos estéticos opostos que suscitem: sempre se trata do império do capricho, sustentado pela mesma paixão de novidade e alarde” (LIPOVETSKY, 2009, p.40). Esta observação não é relativa apenas a uma época anterior determinada, podendo ser exemplificada com circunstâncias observadas na atualidade. As principais tendências de moda apontadas em desfiles e nas revistas especializadas recebem a mesma atenção e destaque, independente de se tratarem de *maxi-estampas, animal print, minimalismo* ou *candy colors*, para citar algumas das nomenclaturas em voga das recentes tendências no mundo da moda.

Se ainda hoje há quem faça críticas à superficialidade da moda, o que não faltou, desde as primeiras tendências de vestuário é quem as observasse e julgasse seu uso feito por terceiros. Longe de constituir simples juízo de bonito/feio ou a (falta de) conformidade com a

moda vigente, essa observação do outro evidencia como parâmetro de comparação o gosto pessoal.

O vestuário, que já não é aceito de geração em geração, e conhece uma multidão de variações e de pequenas opções, permite ao indivíduo desprender-se das normas antigas, apreciar mais individualmente as formas, afirmar um gosto mais pessoal; doravante, pode-se julgar mais livremente o traje dos outros, seu bom ou mau gosto, suas “faltas” ou sua graça. [...] Com a moda, os seres não vão mais deixar de observar-se, de apreciar suas aparências recíprocas de avaliar as nuances de corte, de cores, de motivos no vestuário. Aparelho de gerar juízo estético e social, a moda favoreceu o olhar do crítico dos mundanos, estimulou as observações mais ou menos amenas sobre a elegância dos outros, foi um agente de autonomização do gosto, qualquer que seja, aliás, a amplitude das correntes miméticas que a sustentaram. (LIPOVETSKY, 2009, p.42)

É esse olhar de avaliação voltado para o outro, seja elogioso ou de crítica, que ainda hoje movimenta os acessos do objeto de análise deste trabalho, os *blogs* de looks. Não há senão a pluralidade de desejos que partem do leitor a estimulá-lo a conferir frequentemente as escolhas de vestuário da blogueira - seja identificação, inspiração, admiração, comparação ou depreciação. Por outro lado, há da parte de quem se dá a ser visto, o anseio em mostrar-se e ser observado. Se Paula Sibilia e Fernanda Bruno apontam a Internet como o ambiente contemporâneo de exibição da intimidade que possibilita ver e ser visto, a moda é uma das manifestações de si expostas na rede, sedentas pelo olhar cúmplice do outro. Ainda que as escolhas de vestuário sejam captadas num primeiro olhar superficial, elas evidenciam gostos, escolhas e a individualidade - mesmo que sob a influência do meio e da ditadura das tendências – de quem as veste.

A moda tem ligação com o prazer de ver, mas também com o prazer de ser visto, de exibir-se ao olhar do outro. [...] As variações incessantes da moda e o código da elegância convidam ao estudo de si mesmo, à adaptação a si das novidades, à preocupação com o próprio traje. A moda não permitiu unicamente exibir um vínculo de posição, de classe, de nação, mas foi um vetor de individualização narcísica, um instrumento de alargamento do culto estético do Eu, e isso no próprio coração de uma era aristocrática. Primeiro grande dispositivo a produzir social e regularmente a personalidade aparente, a moda estetizou e individualizou a vaidade humana, conseguiu fazer do superficial um instrumento de salvação, uma finalidade da existência. (LIPOVETSKY, 2009, p.43)

3. HOJE VOU ASSIM: OS *BLOGS* DE *LOOKS*

“Já parou pra pensar que você é seu próprio estilista? Que ao acordar você se prepara para um desfile diário, voluntário ou não? E ao se vestir faz suas escolhas? Já parou pra pensar que assim como um estilista elege cores, formas, estampas, você seleciona as suas?”²⁹. Essas perguntas abrem o vídeo “Já Pensou?” com atuação, narração e texto da blogueira Cristiana Guerra, refletindo sobre a importância da moda na vida e no cotidiano das pessoas. Conscientes ou não dessas questões, os autores dos *blogs* de *looks*, através de suas publicações, jogam os holofotes sobre suas escolhas diárias que definem o que irão vestir em cada ocasião.

Não se trata apenas de uma fotografia de si, de se expor na Internet ou definir um estilo próprio. São todas essas coisas que, somadas, pretendem evidenciar a identidade e a subjetividade de quem as mostra. Ainda que as publicações nos blogs não deem conta de toda a complexidade do indivíduo, é dessa maneira peculiar e limitada, porém pretendendo-se autoral, real e autêntica, que ele se dá a conhecer.

3.1 *Blog* de estilo X *blog* de moda

Quando se fala em *blogs* de moda, existe uma diversidade de assuntos, foco e abordagens que os diferenciam em categorias não muito específicas e que, em muitos casos, permeiam-se: alguns, especializam-se no *conteúdo* de moda, podendo tratar desde a história da moda em seus posts a desfiles, “tendências” da alta-costura, marcas, cotidiano das *top models*, e itens para consumo; outros, chamados *blogs* de *streetstyle*, em registrar personagens do cotidiano, de famosos a desconhecidos, “com a proposta de captar o estilo individual das pessoas que circulam pelos centros urbanos”, (FONSECA, 2010, p.1).

Por outro lado, os *blogs* de *look do dia* ou *blogs* de estilo pessoal, apesar da proposta semelhante ao gênero *streetstyle*, de registrar um estilo individual, diferenciam-se pela disposição do autor do blog em expor a si mesmo, apresentando a forma como ele próprio se veste no cotidiano. A priori, nos *blogs* de *looks* a moda não é mais tomada como uma noção “universal” das tendências definidas por mecanismos mercadológicos e midiáticos (apesar de

²⁹ Disponível em http://www.youtube.com/watch?v=7mLmiKiL1uk&feature=player_embedded. Acessado em: 30/05/2012

também influenciada por elas), mas reinterpretada de acordo com as impressões, referências, contexto e personalidade do autor, que estabelece sua própria versão do que é moda.

O paradoxo mantenedor do funcionamento da moda, a padronização e a diferenciação (MESQUITA, 2007, p.29), são elevados à sua expressão máxima nos *blogs* de *looks*, pois, ao mesmo tempo em que o autor-personagem pretende diferenciar-se através da exposição de suas vestimentas, de seu estilo pessoal, de sua interpretação das tendências da moda, ele se apropria de itens que o senso comum considera “estar na moda”, assumindo essa definição também para si. Além do mais, deseja que o público seja favorável aos seus *looks*, tomando parte em um coletivo que se identifica com sua imagem representada. Em suma, se os *blogs* de conteúdo de moda apontam o que é tendência, os *blogs* de *looks* as experimentam, as vestem, as interpretam.

Para a realização do presente trabalho, foi feita uma seleção de *blogs* de estilo pessoal escritos por blogueiras brasileiras. O critério para essa escolha foi optar por perfis e propostas diferentes entre esses *blogs*, além de postagens regulares de seus *looks* e público leitor cativo e numericamente considerável. Para desenvolver a análise proposta, da construção de identidade através da auto-exposição em *blogs* de estilo, foram selecionados para amostragem cinco postagens de cada, publicadas no ano de 2012, além da realização de entrevista com suas respectivas autoras, com o intuito de também apreender de que modo a linguagem, o conteúdo, os valores e padrões de consumo compartilhados entre este autor e seu público refletem na repercussão de seu blog, em sua capacidade de geração de tendências e na fidelização de seus leitores.

Para tal propósito, está sendo considerado o conteúdo dos *blogs*: “Hoje Vou Assim”³⁰, da publicitária Cristiana Guerra, que se considera o primeiro blog de looks diários do Brasil; “Hoje Vou Assim OFF”³¹, da designer Ana Soares, que faz uma versão “barata” do “Hoje Vou Assim”; e “Avena Estilo”³², da jornalista Raphaella Avena, que denomina seu modo de vestir como “Avenismo”.

É proposta aqui uma breve apresentação do material produzido pelos *blogs* de looks selecionados e, num primeiro momento, fazer uma análise sucinta da temática e do contexto de entrevistas a serem realizadas com os autores desses mesmos *blogs*. A intenção é tentar compreender as motivações por trás da auto-exposição, da relação corpo x roupa, da

³⁰ Disponível em: <http://www.hojevouassim.com.br/>

³¹ Disponível em: <http://www.hojevouassimoff.com.br/>

³² Disponível em: <http://www.avenaa.com/>

preocupação com a autoimagem e com toda a técnica que envolve cenário e fotografia, da autocritica e da submissão voluntária ao olhar do outro, em especial do desconhecido.

3.2 Os *blogs* de *looks* e seus autores

O blog “Hoje Vou Assim”, da publicitária e escritora Cristiana Guerra, é intitulado pela própria como o “primeiro *blog* de *looks* diários do Brasil”. Lançado em 31 de agosto de 2007, a autora afirma em entrevista cedida para a realização deste trabalho³³, que tudo começou como brincadeira. “Eu não sabia o que estava fazendo e nem imaginava qualquer desdobramento disso. Vesti uma roupa de que gostei, achei uma sobreposição criativa e resolvi registrar todos os dias uma foto do que eu estava vestindo, sem legenda nem nada. A ideia de colocar créditos surgiu uma semana depois”, afirmou.

Os primeiros registros fotográficos de seus *looks*, que ela define como “a produção que escolhi usar naquele dia”, eram feitos por colegas de trabalho ou por sua governanta, Odete Martins, com uma câmera da marca Sony, modelo *Cybershot*, ou até mesmo com a câmera do celular. Atualmente, quem a fotografa é um amigo e fotógrafo profissional, Fred Alcântara que, segundo a blogueira, faz apenas a edição de cor da imagem.

As postagens são regulares, feitas nos dias úteis, e além dos *looks*, carro chefe do blog, são feitos também *posts* contando sobre tendências, sorteios, suas aparições em outros canais midiáticos, crônicas escritas pelo colunista convidado Augusto Paz, dicas de moda, publieditoriais e eventos para os quais a autora é convidada, como desfiles e lançamento de coleção. Guerra aparece nas fotografias, entre duas e dez por post, em várias poses de corpo inteiro e de detalhes das roupas e acessórios, sobretudo em ambientes urbanos. Além de um texto informando as marcas das peças usadas por ela, é colocada uma tarja, com as cores predominantes no *look*. Apenas alguns dos posts de *looks* têm um texto contando sobre o motivo da opção por aquelas peças.

O blog “Hoje Vou Assim” recebe em média cinco mil acessos diários, com cerca de 10 a 30 comentários por postagem. No *Twitter*, a blogueira soma mais de 15 mil seguidores³⁴. O site é a principal fonte de renda de Guerra, que além de vender espaço publicitário, é convidada para trabalhos por causa do blog, tendo inclusive posado como modelo para várias

³³ Entrevista cedida em 11/07/2011. Apêndice, p. 53 a 64.

³⁴ Disponível em <https://twitter.com/#!/hojevouassim>. Acessado em 05/06/2012

marcas, entre elas Renner, Luiza Barcelos, Iódice e H.Stern. Outros exemplos de marcas que a blogueira usa em seus *looks*³⁵ são Maria Bonita Extra, Olsklen, Animale, Arezzo, Fabrizio Gianonne, Le Lis Blanc, New Order e Zara. Em março de 2012, a publicitária lançou uma coleção de bijuterias em parceria com a designer Lita Raies, chamada *Lita Raies + Cris Guerra*³⁶, que ela usa em suas montagens de looks e divulga em no blog.

Guerra reúne em um blog³⁷, vinculado à sua página principal, todo o material publicado sobre ela e sobre o “Hoje Vou Assim” na imprensa, desde matérias em grandes portais *on-line* a jornais impressos locais, revistas de circulação nacional, entrevistas em rádios, programas de televisão e participações especiais como blogueira convidada em vários tipos de mídias.

Em sua apresentação no blog, Guerra credita a repercussão de seu looks ao seu diferencial de autenticidade, da “mulher sem *Photoshop*”: “seu grande segredo é fazer tudo isso com muita espontaneidade e verdade. É sendo ela mesma e passando adiante essa mensagem que Cris propõe uma nova discussão sobre juventude, beleza e autoestima”³⁸. A blogueira expõe suas opiniões em textos marcados na categoria extra, como no post do dia 22 de maio de 2012, “Movimento Mulher sem *Photoshop*”, no qual ela volta a explicar com mais detalhes sobre a proposta³⁹.

O blog “Hoje Vou Assim OFF”, da designer gráfica Ana Soares, é livremente inspirado na ideia de Cristiana Guerra, com seu total consentimento e aprovação, conforme Soares afirma na página de apresentação: “a própria Cris Guerra foi quem descobriu o blog, adorou e divulgou a ideia, tornando-se amiga”⁴⁰. Segundo a blogueira, ele também foi criado de forma espontânea, como uma versão *off* – isto é, mais barata, com peças provenientes de lojas de departamento ou de promoções – do original. “Quando a minha estagiária criou a versão *off* do blog ‘Hoje Vou Assim’, morremos de rir, mas no fundo eu me identifiquei demais, porque essa sempre foi minha vida e minha realidade. Então acabou sendo abraçado por mim”⁴¹.

³⁵ Ver anexos 1 a 5

³⁶ Disponível em: <http://www.crisguerra.com.br/>. Acessado em: 30/05/2012.

³⁷ Disponível em <http://www.crisguerraimprensa.blogspot.com.br>. Acessado em: 30/05/2012

³⁸ Disponível em <http://www.hojevouassim.com.br/cris-guerra>. Acessado em: 30/05/2012

³⁹ Disponível em <http://www.hojevouassim.com.br/2012/05/22/movimento-mulher-sem-photoshop-2>. Acessado em 30/05/2012

⁴⁰ Disponível em <http://www.hojevouassimoff.com.br/sobre-o-blog/>. Acessado em: 30/05/2012

⁴¹ Idem 33

Soares publica de um a dois posts por dia, apresentando seus *looks*⁴² em fotos de corpo inteiro em poses descontraída, em geral sorrindo, e de detalhes das roupas e acessórios, com legenda indicando a marca e o valor das peças usadas por ela, além de um breve texto justificando suas escolhas e associando-as às suas tarefas do dia. Entre as marcas escolhidas, estão lojas de departamento como Renner, C&A, Riachuelo, Marisa e Zara, além de lojas *off*, isto é, que vendem peças de coleções passadas com desconto, de marcas como Zimpy, Leeloo, Espaço Fashion, entre outras. Ela também publica posts com dicas de onde comprar roupas por preços acessíveis, *looks* das leitoras e *mixtapes*, listas de músicas que ela indica para os leitores.

A versão *off* do “Hoje Vou Assim”, recebe cerca de 5 mil visitas diárias, além dos 9.220 seguidores no *Twitter*, índice que proporcionou para a designer parcerias com marcas de roupas e acessórios, que a convidam para eventos como lançamentos de coleção e desfiles nas Semanas de Moda brasileiras, como o *Fashion Rio* e o *São Paulo Fashion Week*, além de ganhar roupas, sapatos e acessórios. Ana Soares também é blogueira convidada do canal de TV por assinatura GNT, escrevendo conteúdo exclusivo para o site, e participou de outras atividades conquistadas através do blog, como uma competição de *looks* entre blogueiras promovida pela revista “Criativa”, e a cobertura para o site da marca *O Boticário* da edição de inverno de 2011 da São Paulo Fashion Week. Como Guerra, Soares também já foi personagem de matérias para jornais e revistas de circulação nacional⁴³.

Para Raphaella Avena, do blog “Avena Estilo”⁴⁴, a ousadia é a característica principal de seus *looks*, muitos deles customizados pela própria, o que a motivou a mostra-los no blog que leva o seu nome: “[o blog] surgiu da necessidade de compartilhar ideias de estilo com mais pessoas, ser aquela amiga ousada que veste primeiro e mostra que você também pode usar”⁴⁵. De acordo com a blogueira, seu estilo pessoal levou seus leitores a criar o termo “avenismo” para definir formas de se vestir semelhantes ao dela⁴⁶. Entre as referências para suas montagens, estão as modelos Edie Sedwick e Twiggy, ícones da moda nos anos 60, *blogs* de *streetstyle* internacionais, além da modelo Kate Moss e a estilista Victoria Beckham. Além das roupas customizadas, Avena usa marcas como Asos, Luko, Zara, C&A, Renner, entre outras, além de sua própria marca de roupas customizadas, lançada no mês de maio de 2012, Avena Store.

⁴² Ver anexos 6 a 10

⁴³ Disponível em <http://www.hojevouassimoff.com.br/na-midia-2/>. Acessado em 30/05/2012

⁴⁴ Disponível em <http://www.avenaa.com/>. Acessado em 30/05/2012

⁴⁵ Idem 33

⁴⁶ Ver anexos 11 a 15

A jornalista publica seus *looks*, “com inspirações pessoais e achados ousados incríveis que encontro pelo mundo afora”, diariamente, com fotos e texto sobre a ocasião em que foram usados, em especial em eventos aos quais ela foi convidada devido à exposição adquirida com o blog. Além dos *looks*, a blogueira também escreve posts sobre marcas e estilo de artistas com os quais se identifica. A linguagem empregada por Avena no blog é coloquial, em primeira pessoa, com uso frequente de gírias e vocativos dirigidos aos leitores:

Sou a pessoa mais Feliz do Mundo! Faço tudo que AMO e ainda recebo muito amor de muita gente do bem. Obrigada vida! <3 Ontem foi mais um dia muito Feliz em que toquei em mais uma edição da bombadíssima festa WallPaper na The Week! Fui até carregada no colo pra tirar fotos por vários Avenetes, muito amor! E muitos de vocês me pediram fotos dos looks que uso pra tocar e tinha ficado devendo, então aproveito o post de hoje pra mostrar os 2 últimos looks que usei nas edições de ontem e do dia 19 de maio, na edição número 100 da Wallpaper e as fotos de momentos e pessoas especiais!⁴⁷

Segundo ela, até junho de 2011 o blog recebia cerca de três mil acessos diários, embora eleja o *Twitter* como a mídia social em que mais tem retorno sobre suas postagens. Até o dia 5 de maio de 2012, sua conta no contava com 18.609 seguidores⁴⁸. No entanto, esse número se deve também ao envolvimento de Avena em discussões no *Twitter* com usuários famosos, que rendeu a ela críticas e repercussão que levaram o nome da jornalista para o topo *Trending Topics*, isto é, dos assuntos mais comentados na rede de *microblog*, além de matéria em sites como o YouPix⁴⁹ e o da Revista Glamour⁵⁰.

⁴⁷ Disponível em <http://www.avenaa.com/index.php/2012/06/03/dj-avena-na-wallpaper-the-week/> . Acessado em 01/06/2012.

⁴⁸ Disponível em <https://twitter.com/#!/AVENAOoficial>. Acessado em 05/06/2012

⁴⁹ Disponível em <http://youpix.com.br/vemgente/edicao-bomba/>. Acessado em 25/05/2012

⁵⁰ Disponível em <http://revistaglamour.globo.com/Redes-sociais/noticia/2012/04/raphaella-avena-menina-mais-odiada-do-twitter.html> . Acessado em 13/04/2012

4. EXPOSIÇÃO, REPRESENTAÇÃO E IDENTIDADE

Quem são essas pessoas que expõem suas figuras, suas roupas e suas opiniões na Internet? A que elas se propõem? Responder a essas questões demanda uma análise das características dos *blogs* de *looks* diários, das declarações e entrevistas das blogueiras selecionadas para este estudo, buscando por diversas abordagens compreender como são construídas as noções de identidade através da exposição voluntária de si, utilizando a moda e a fotografia como formas de expressão.

4.1 Da roupa à pose: Realidade ou Construção?

Em 2011, a artista espanhola Yolanda Dominguez fez as pessoas rirem com sua crítica às poses das modelos em editoriais de moda, através do vídeo e das imagens de seu trabalho intitulado “Poses”⁵¹. Nele, atrizes com roupas e biótipos de mulheres comuns ficavam paradas, imitando as poses dos editoriais, nas ruas, parques e locais públicos, chamando a atenção de quem passava por elas para a irrealdade das tais “poses-conceitos”. O trabalho de Dominguez, apesar do foco nas posturas não usuais das modelos para revistas, ilustra bem o artifício da pose, e, junto ao cenário e à escolha dos *looks*, compõe a mensagem transmitida através da fotografia.

Incorporando o conceito de “pacto de leitura” de Philippe Lejeune no caso dos *blogs*, presume-se que, como em uma obra autobiográfica, que a blogueira seja, ao mesmo tempo, autêntica em suas fotografias (personagem), responsável pela escolha das roupas e que ela usa (autora) e verdadeira no discurso de si em suas postagens (narradora). Embora esta seja a proposta apresentada pelos autores e comprada pelos leitores, é notório que não só as poses são influenciadas por posturas copiadas de editoriais de moda, publicações em revistas e outros *blogs* semelhantes, além de influenciadas por posições e expressões corporais aceitas socialmente como poses que podem favorecer a fotografada – mãos na cintura e uma perna à frente para dar a impressão de ser mais magra e longilínea; inclinação da cabeça e meio sorriso para parecer mais simpática, entre outras táticas -, como também a escolha dos looks é influenciada por modismos, tendências e até pelo patrocínio de empresas que buscam o contato com essas blogueiras como forma de divulgação de suas marcas.

⁵¹ Disponível em <http://www.yolandadominguez.com/Poses/index.html>. Acessado em 30/06/2012

Sobre essas táticas, AnnaTeresa Fabris aborda em “Identidades Virtuais: Uma Leitura do Retrato Fotográfico” (Belo Horizonte, 2004) os conceitos de pose e pausa de Philippe Bruneau, para quem, “a pose permite analisar o retrato fotográfico pelo prisma do artifício, não apenas em termos técnicos mas também pelo fato de possibilitar a construção de inúmeras máscaras que escamoteiam de vez a existência do sujeito original” (FABRIS, 2004, p.57).

Com esse conceito da pose na fotografia em mente, foi questionado aos autores dos *blogs* escolhidos para esta pesquisa se eles representam conscientemente um personagem de si mesmos ao posar para a foto. As respostas foram bem distintas. Desde um simples “não”, de Ana Soares⁵², ao “Sim. As roupas que visto fazem surgir um personagem, muitas vezes”, de Cristiana Guerra⁵³. A resposta de Raphaella Avena -“sou eu mesma nas fotos. Sou bem personagem na vida real também, mas claro que a gente exagera mais para as fotos, normal, é assim que funciona”⁵⁴ -, apesar de contraditória, é bastante interessante, por inserir o conceito de “vida real” como oposição ao que é imagem e admitir que, apesar de exagerar nas fotos, é também um personagem no cotidiano.

Isso remete ao que Bruneau entende como concernente ao retrato: para ele, o retrato refere-se à pessoa, um produto social e cultural, sendo o contraponto a noção de sujeito, relacionada ao corpo biológico, quando deixa de lado a preocupação em ser verossímil. É a essa “pessoa” que está ligada as noções de exagero e de personagem da blogueira Avena.

Numa situação ideal, a pessoa exprime-se por intermédio de dois códigos historicamente determinados - o ‘fisionômico’, que implica a transformação do corpo pelo uso de diferentes artifícios e o ‘vestinômico’, alicerçado na moda, que contesta o caráter biológico do sujeito, ao negar sua nudez primordial. (FABRIS, 2004, p.57)

Já a fala de Cristiana Guerra sobre se tornar um personagem através da roupa liga-se a essa ideia do código “vestinômico”, que é uma ponto representativo da fotografia pela possibilidade de trazer informações importantes sobre o indivíduo por si só – como época, status, condição financeira, ocupação e gostos – e da representação, levantando a dúvida sobre o que ou quem é o indivíduo real, e o que é máscara. Além disso, embora os registros fotográficos de Guerra sejam realizados por terceiros, sua resposta estabelece um paralelo com a discussão de autorretrato levantada por Cindy Sherman na série de cinco fotografias *Sem título A-E* (1975), na qual a fotógrafa encarna diferentes personagens. Apesar de os autorretratos de Sherman serem destituídos de todo o desejo de exposição concernente aos

⁵² Idem 33

⁵³ Idem 33

⁵⁴ Idem 33

blogs de looks diários, é pertinente a interpretação de Fabris sobre esses personagens como “um puro jogo de superfícies, de aparências”. (FABRIS, 2004, p.59)

A incorporação de personagens nas fotografias de looks consta também na resposta de Raphaella Avena para a pergunta "Você considera as fotos de seus looks uma forma de autorretrato?". Negando a declaração anterior ("sou eu mesma nas fotos"), Avena responde que suas fotografias representam "um autorretrato de um dia, no outro já sou outra pessoa completamente diferente, é como se cada dia interpretasse um papel com cada look"⁵⁵. Se por um lado isso evidencia a efemeridade e a busca pelo novo, peculiares ao processo da moda - embora a blogueira tenha um estilo pessoal bastante definido que ela própria denomina "avenismo" -, por outro a fala corrobora a definição dos artifícios da pose e da roupa como formas de agregar características de identidade ao sujeito.

O conceito de “pausa” de Bruneau, por sua vez, traz para o retrato a noção de imutabilidade da imagem, “colocando em xeque a condição passageira da existência do sujeito” (FABRIS, 2004, p. 57). Guerra mais uma vez abrange essa questão, ao explicar porque mostra seus looks: “para que eles fiquem registrados, quase como um registro artístico. Quando eu posto o look no blog, eu o eternizo”.

Tanto a pose quanto a pausa remetem à ideia de semelhança buscada no retrato fotográfico, tratando-se não apenas de um registro estético, mas de uma intenção de transparecer, de captar através da imagem a identidade do sujeito fotografado. No entanto,

Se a pose responde, num primeiro momento, a imperativos técnicos, assume rapidamente o caráter intrínseco de representação de um simulacro. Graças a ela, o sujeito torna-se um modelo; deixa-se captar como uma forma entre outras formas, ao interagir com um cenário que lhe confere uma identidade retórica quando não fictícia, fruto de uma ideia de composição plástica e social a um só tempo. (FABRIS, 2004, p. 58)

Essa definição é mais próxima à análise feita por Fabris do trabalho de Cindy Sherman, que se apropria das noções de autorretrato para recriar, a partir da encenação, uma repertório de identidades. "Na impossibilidade de estabelecer qualquer distinção entre sujeito e objeto - posto que a realidade é o efeito de uma construção cultural e ideológica -, Sherman afirma o domínio da linguagem, fazendo da fotografia "uma forma de reinventar o real, extrair o invisível do espelho e revelá-lo". (FABRIS, 2004, p.61).

No entanto, ao contrário de Sherman que se propõe a dar vida a personagens através de uma interpretação artística pessoal do autorretrato que vai na contramão da definição autobiográfica de Lejeune, as blogueiras de looks afirmam que o registro fotográfico

⁵⁵ Idem 33

publicados por elas consiste no real, sendo coerente com o gosto pessoal, com o cotidiano e a identidade das mesmas. É um "eu" ao mesmo tempo autobiográfico e ficcional:

Embora se apresente como "o mais insubstituível dos seres" e "a mais real, em aparência, das realidades", o *eu* de cada um de *nós* é uma entidade complexa e vacilante. Uma unidade ilusória construída na linguagem, a partir do fluxo caótico e múltiplo de cada experiência individual. [...] É uma ficção necessária, pois somos feitos desses relatos: eles são a matéria que nos constitui enquanto sujeitos. (SIBILIA, 2008, p.31)

Assim, apesar da sugestão de encenação proposta nos *blogs* através das poses e dos artifícios que buscam dar conta de uma autoimagem que seja apreciada pelo outro, todos os recursos aplicados à composição da fotografia nos *blogs* de looks devem ser consideradas, não como um esvaziamento da subjetividade, mas como define Paula Sibilia, uma "escrita de si", o que permite reconhecer, a partir do relato autorreferente - seja escrito ou através da imagem - e da exposição da intimidade, as configurações atuais do "eu";

"[...] As diversas técnicas de criação de si, tanto as palavras quanto as imagens que tricotam o minucioso relato autobiográfico cotidiano parecem exalar um poder mágico: não só testemunham, mas também organizam e inclusive concedem realidade à própria experiência". (SIBILIA, 2008, p.33)

A questão da pose e do vestuário presentes nos *blogs* de looks, portanto, devem ser compreendidas levando em conta o repertório cultural e a relação com o próprio corpo, pertinentes ao campo da experiência subjetiva do sujeito, especialmente no contexto da exibição da intimidade e dos usos confessionais da Internet. Há um apelo na sociedade contemporânea pela exposição, atendida por ferramentas *on-line* que atendem ao apelo de ver e ser visto ao criar espaços e redes sociais com esse fim. Assim, nos *blogs* em questão, tanto a Internet quanto a fotografia e a moda exercem funções semelhantes nas "construções de si orientadas para o olhar alheio", e na formação de "*bioidentidades*, desdobramentos de um tipo de subjetividade que se fincam nos traços biológicos ou no aspecto físico de cada indivíduo" - ou no caso, no estilo de cada um.

4.2 Profissão *blogueiro* ou *webcelebridade*?

Uma matéria no site da revista "Glamour Brasil", publicada no mês de abril de 2012 anuncia: "Raphaella Avena: a menina mais odiada do Twitter"⁵⁶. A blogueira viu aumentar o

⁵⁶ Disponível em <http://revistaglamour.globo.com/Redes-sociais/noticia/2012/04/raphaella-avena-menina-mais-odiada-do-twitter.html> . Acessado em 13/04/2012

número de seguidores na rede de *microblog* de oito mil para 21 mil, ao brigar na rede com usuários famosos, que contam com milhares de seguidores. Apesar do mau motivo, as inimizades a levaram ao seu objetivo: até a data da matéria, Raphaella ficou quatro vezes entre os assuntos mais comentados do Twitter, além de ter concedido entrevista para sites como a própria Glamour, You Pix⁵⁷, e o programa de TV "Muito Mais"⁵⁸, da Band.

Apesar de o motivo de sua aparição na mídia não ter sido o blog ou o estilo de Avena, essa repercussão que uma usuária das redes sociais alcançou ao manifestar suas opiniões, reflete o papel de destaque que o indivíduo que se expõe na rede está sujeito e em muitos casos disposto, desejoso de assumir: o de *webcelebridade*.

De acordo com Paula Sibilia, isso é uma característica da sociedade contemporânea, que no âmbito da Web 2.0 "converteu *você, eu* e todos *nós* nas personalidades do momento", conforme a revista Time anunciou na edição de 2006, devido às novas formas de produção e disseminação da informação cada vez mais ao alcance das pessoas comuns.

Já nesse século XXI que ainda está começando, as "personalidades" são convocadas a se *mostrarem*. [...] Em meio aos vertiginosos processos de globalização dos mercados em uma sociedade altamente midiatizada, fascinada pela incitação à visibilidade e pelo império das celebridades, percebe-se um deslocamento daquela subjetividade "interiorizada" em direção a novas formas de autoconstrução. (SIBILIA, 2008, p.23)

A vivência cotidiana é pautada na contemporaneidade, em nossa sociedade global e conectada, pela necessidade de ser visto, reconhecido no meio da multidão, ainda que apenas uma parcela da população, principalmente das regiões mais desenvolvidas do globo, tenha acesso às facilidades da Internet. A linguagem e a produção de conteúdo desse sujeito comum é espetacularizada de tal modo que não é ele quem se reconhece na ficção, mas sim a narrativa de sua própria vida é que ele procura adaptar ao espetáculo. "Esse personagem tende a atuar como se estivesse sempre diante de uma câmera, disposto a se exibir em qualquer tela - mesmo nos palcos mais banais da 'vida real'". (SIBILIA, 2008, p.50).

Essa narrativa confessional, autorreferente e autobiográfica, típica dos *blogs* de looks diários, reforça o papel de protagonista desse homem comum, que narra seu cotidiano. "Os sujeitos desses novos relatos publicados na internet se definem como alguém que é; alguém que vive a própria vida como um verdadeiro personagem". (SIBILIA, 2008, p.50).

⁵⁷ Disponível em <http://youpix.com.br/vemgente/edicao-bomba/>. Acessado em 25/05/2012

⁵⁸ Disponível em <http://www.band.com.br/muitomais/video.asp?id=d463e96ac3dcbdb7278814cae0522b9e> . Acessado em 17/04/2012

Se por um lado essa espetacularização de si busca visibilidade e reconhecimento de sua identidade, por outro o homem ordinário, convertido em personalidade do momento, torna-se o ídolo contemporâneo, capaz de atribuir significado ao cotidiano e de compartilhar uma vivência que ao mesmo tempo é individual e pertinente a todos, realista e menos utópica. A pessoa comum, a quem os holofotes são autodirigidos, permite ao seu observador identificar-se com sua narrativa, com seus gostos, com seu relato cotidiano, sendo admirada em sua própria normalidade, concedendo-lhe essa posição privilegiada.

Não é de se estranhar, portanto, que blogueiros, *videomakers*, *twitteiros* e outros nomes conferidos a usuários de ferramentas e redes sociais tenham seguidores, admiradores e fãs dispostos a acompanhar suas histórias, suas falas, suas opiniões. No caso das blogueiras entrevistadas, há uma relação diversa e explícita entre as autoras e seus leitores. Ana Soares descarta a palavra "fã", preferindo referir-se a eles como "pessoas que me acompanham"⁵⁹. Para ela, seus leitores são fruto de sua "tentativa de ousar, sem copiar estilos dos outros"⁶⁰, além de buscarem o blog "como referência e inspiração para suas atitudes"⁶¹.

Cristiana Guerra, por sua vez, admite ter fãs e acredita que isso se deve à espontaneidade e autenticidade que mostra em suas postagens: "Acho que sou um exemplo, mais pela forma com que me relaciono com o meu corpo do que pelo que visto em si. Acho legal ser essa inspiração no sentido de incentivar as pessoas a encontrar e expressar sua individualidade com ajuda da moda."⁶² Já Raphaella Avena não reluta: "tenho até fã clubes"⁶³. Ela assume confortavelmente o papel da *webcelebridade*, de ídolo, quando questionada sobre a relação dos leitores com seus *looks*: "sou muito feliz com o carinho que os leitores tem comigo e mais ainda em saber que eu inspiro tanta gente a se descobrir, se conhecer, ousar mais no dia a dia e encontrar seu próprio estilo, sua verdade!".

As blogueiras mostram ser cientes da presença desse observador que acompanha e aprova a exposição de si que fazem nos *blogs* e redes sociais, tanto que justificam a existência de um público para o qual elas produzem seu conteúdo como motivação para exibir seus looks diários. Soares acredita que suas composições "viraram uma referência para outras pessoas, servindo também para eu ter um *feedback* dos leitores e aprender com isso"⁶⁴, enquanto

⁵⁹ Resposta à questão "Você acredita ter fãs?". Idem 33

⁶⁰ Resposta à questão "Em sua opinião, o que de especial a sua forma de se vestir leva a seus leitores?". Idem 33

⁶¹ Resposta à questão "Como você vê essa relação dos seus leitores com seus looks, com sua forma de se vestir?". Idem 33.

⁶² Resposta à questão "Como você vê essa relação dos seus leitores com seus looks, com sua forma de se vestir?". Idem 33

⁶³ Resposta à questão "Você acredita ter fãs?". Idem 33

⁶⁴ Resposta à questão "Por que você mostra seus looks?". Idem 33

Avena recorre ao recurso professoral, de suprir uma necessidade de seus leitores: “[publico meus looks] para que meninas e meninos vejam na prática como podem ousar no visual e serem verdadeiros com seu estilo”⁶⁵.

Guerra, no entanto, ressalta o compromisso que o blog cria ao formar uma audiência, levando o autor a comprometer-se com postagens frequentes e conteúdo de interesse de seu público. “Ter 100 leitores diários já significa um compromisso. Não fosse isso, eu não teria chegado até aqui”, afirma a blogueira, que deixa claro: “O blog me sustenta hoje”⁶⁶. A fala de Cristiana Guerra mostra uma realidade bastante comum: ser blogueiro virou profissão. A repercussão e a audiência que atingem acabam por atrair a atenção da mídia e de empresas interessadas em vincular sua marca ao blog.

Nossa sociedade contemporânea - global, interconectada, cujos sujeitos expõem-se em meio à selva de informações, superficiais e vulneráveis ao olhar do outro, como forma de afirmarem suas identidades - é também capitalista. O lucro e o sucesso adquirido por alguns *blogs* impulsionam muitos leitores a arriscarem-se do outro lado da tela. É facilmente encontrado na rede, inclusive, manuais de “como criar um blog de sucesso”. Ser blogueiro e ter considerável número de leitores fiéis que o reconhecem atribui status, abre portas. São poucos, porém, aqueles que têm seu nome, seu blog, sua arroba no Twitter famosos no contexto da Internet e dos *blogs* de moda – quem está fora desses circuitos, certamente não os conhece. Assim, ter como profissão o blog, viver da publicação de seus looks diários, como aconteceu como Cristiana Guerra, é um fenômeno, um patamar que passa antes pelo esforço de ter seu trabalho – que é centrado na exposição de si, na intimidade pela aparência, nas escolhas e interpretações pessoais da moda registradas em imagem - visto, reconhecido, admirado e fidelizado.

⁶⁵ Resposta à questão “Por que você mostra seus looks?”. Idem 33

⁶⁶ Resposta às questões “O blog ter um número razoável de seguidores torna o “trabalho de postar” mais sério?” e “Você se beneficia com o blog? Que tipos de benefício já teve?” Idem 33

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho propôs-se a analisar, no contexto dos *blogs* de *looks* diários, a construção da identidade na contemporânea, mediada pela exposição e representação de si através das facilidades de acesso à Internet e da difusão dos blogs e redes sociais, da possibilidade do registro fotográfico pela popularização das câmeras fotográficas e da incorporação da moda como forma de expressão no cotidiano, levantando questões acerca da fotografia cotidiana, dos *looks* diários, como representação fiel do real, da autoexposição como mecanismo de legitimação da identidade e da idealização do sujeito comum, tornado célebre na Web.

Em seus *blogs* de *looks* diários, os autores apresentam-se em fotografias posadas com as roupas e acessórios escolhidos por eles para serem usados naquele dia, atraindo assim significativo número de leitores interessados em acompanhar suas postagens, comentar e até mesmo criticar seu estilo e suas escolhas pessoais.

A construção da identidade contemporânea foi levantada aqui como uma nova forma de ser e estar no mundo, redimensionalizada pelo desejo de exposição de si potencializado nas redes. É inegável o potencial catalizador da Internet na transformação do homem nas relações pessoais, com o mundo e consigo mesmo. A participação em blogs e redes sociais é um fato já incorporado à realidade da sociedade ocidental. Aliada à fotografia e seu potencial de registro e do reconhecimento de si em imagem fotográfica, sobretudo quando esse reconhecimento parte também do olhar do outro, esse sujeito passa pela representação de uma realidade ficcionada, embora sua intenção primordial seja levar o observador a crer em sua imagem como um registro autêntico e real.

Em justificativa à exposição da figura de si, a moda é tomada como linguagem, motivação que leva os autores desses blogs a buscar a autoexposição. Neste trabalho, ela foi interpretada não como tendências apontadas nas passarelas e nas revistas especializadas, embora estas influenciem e norteiem os desejos de consumo dos autores, mas sim como forma de manifestação do estilo e dos gostos individuais. Assim como na Internet e na fotografia, que demandam a existência do outro, a moda carrega o prazer de ver e ser visto.

Tamanha exposição e o desejo latente de visibilidade despertam a desconfiança quanto à veracidade das informações e da autenticidade na composição do estilo apresentado nos *blogs*. Até que ponto o material apresentado é de fato representante do gosto pessoal do blogueiro? Qual a fronteira entre o sujeito, autor, e o personagem por ele encarnado em cada postagem? Foi visto que, embora ocorram situações em que artifícios da pose e da roupa sejam incorporados com intenção de glamourizar e até publicizar o uso dos *blogs* de *looks*

diários, eles são responsáveis, principalmente, por agregar características de identidade ao sujeito.

Essa mesma visibilidade e sensação de estar o tempo todo sendo observado através do relato, do “diário *éxtimo*” feito pelo próprio sujeito, leva-o a espetacularizar a narrativa da própria vida, buscando o reconhecimento de sua identidade pela ficcionalização de si e do cotidiano. Ao mesmo tempo, o homem comum torna-se, pelo seu papel transformador e atuante na sociedade atual, o ídolo contemporâneo, capaz de atribuir significado ao cotidiano e de compartilhar uma vivência que ao mesmo tempo é individual e pertinente a todos, realista e menos utópica.

Não é de se admirar, portanto, o surgimento de categorias como “personalidade da Internet” e “webcelebridades”, usadas entre outras aplicações para se referir a blogueiros que se tornam conhecidos e angariam fãs na rede por suas opiniões e, como no caso apresentado neste trabalho, seus looks. É essa formação de público, de tornar-se conhecido e consequentemente formador de opiniões que não só estimula a continuidade de muitos blogs, profissionalizando-os, como também atrai o interesse da mídia e de empresas interessadas em vincular sua marca à imagem de determinado blogueiro.

A complexidade das questões levantadas por esta monografia torna a análise aqui apresentada um estudo inicial, uma porta de entrada para os inúmeros desdobramentos e discussões que possam vir a ser desenvolvidos e aprofundados. Os *blogs* de *looks* são um fenômeno recente e, como tal, estão sujeitos a reformulações constantes e novas perspectivas, tornando difícil determinar suas consequências em longo prazo.

Prova disso foi que, durante a realização deste trabalho, uma série de discussões a respeito dos blogs de moda que tiveram destaque na mídia e foram largamente debatidos na blogosfera e nas redes sociais – por exemplo, a repercussão alcançada por perfis e blogs *haters*, dedicados a criticar e até ridicularizar quem comete deslizes na composição dos *looks*, além de acusar a postura de blogueiros que não avisam aos leitores quando um post é pago, que cometem erros na apropriação de termos da moda e sofrem uma uniformização evidente, com *looks* compostos pelas mesmas peças da moda. Recentemente, inclusive, um blog *hater*, chamado “Shame on you, blogueira!” deu início a uma campanha que perseguiu blogueiras que fazem uso de pele de animal, atraindo a adesão de diversos usuários do twitter.

Os novos casos, histórias e situações que envolvem os *blogs* de *looks* e que surgem a cada dia, dão a certeza de que este é um trabalho inacabado. Olhar o presente, o que está acontecendo aqui, agora, no contexto em que estamos inseridos, torna necessário buscar no passado as referências que tornaram tais acontecimentos possíveis. No entanto, muitos são os

detalhes que escapam entre os dedos na tentativa de analisar não o que já se foi, mas o que se é e o que ainda será.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Livros:

AMARAL, A., RECUERO, R., MONTARDO, S. (orgs). *Blogs.com – Estudos sobre blogs e comunicação*. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

BAUDELAIRE, Charles. Salão de 1859: II. O público moderno e a fotografia. In: COELHO, Teixeira (org). *A modernidade de Baudelaire*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988. p. 67-74

BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. Obras escolhidas, Volume 1. 7^a ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1994.

BRUNO, Fernanda. Quem está olhando? Variações do público e do privado em weblogs, fotologs e reality shows. In: *Limiares da Imagem: tecnologia e estética na cultura contemporânea*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006, p. 139.

CARVALHO, Victa de. *O Cotidiano na Fotografia Contemporânea: a rua como lugar de experiência na obra de Philip-Lorca diCorsia*. Artigo inédito.

FABRIS, AnnaTeresa. *Identidades Virtuais – Uma Leitura do Retrato Fotográfico*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004.

FONSECA, Juliana Rocha Borges da. *Streetstyle Blogs e a Identidade Customizada: A construção das identidades através da fotografia de rua*. Rio de Janeiro, UFRJ/ECO, 2010

FRANÇA, A. *Ser imagem para o outro*. In: MÉDOLA, A., ARAÚJO, D., BRUNO, F, (orgs.). *Imagen, Visibilidade e Cultura Midiática*. Livro da XV COMPÓS. Porto Alegre: Sulina, 2007.

JAGUARIBE, Beatriz. *O Choque do Real - estética, mídia e cultura*. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles. *O Império do Efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MESQUITA, Cristiane. O Império do Efêmero. In: PERLINGEIRO, Camila (org). *46 Livros de Moda que você não pode deixar de ler*. Rio de Janeiro: Memória Visual, 2007, p. 28.

Sites:

AVENA, Raphaella. *Avenaa*. [Internet]. Rio de Janeiro: Raphaella Avena. Disponível em: <<http://www.avenaa.com/>> [Último acesso em 30 de junho de 2012].

AVENA. Raphaella. *Twitter @AVENAoficial*. [Internet]. Rio de Janeiro: Raphaella Avena. Disponível em: <<https://twitter.com/#!/AVENAoficial>> [Acesso em 05 de junho de 2012].

BARGER, Jorn. *Robot Wisdom Weblog*. [Internet]. Disponível em: <<http://robotwisdom.com/>> [Acesso em 21 de maio de 2012].

COELHO, Mariana. *Raphaella Avena: a menina mais odiada do Twitter*. In Glamour online. [Internet]. Disponível em: <<http://revistaglamour.globo.com/Redes-sociais/noticia/2012/04/raphaella-avena-menina-mais-odiada-do-twitter.html>> [Acesso em 13 de abril de 2012].

DOMINGUEZ, Yolanda. *Poses*. [Internet]. Yolanda Dominguez, 2011. Disponível em: <<http://www.yolandadominguez.com/Poses/index.html>> Acesso em 30 de junho de 2012.

ESTADÃO. Em 5 anos, 25% do entretenimento será criado por usuários. [Internet]. São Paulo: Estadão, 2007. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/noticias/tecnologia,em-5-anos-25-do-entretenimento-sera-criado-por-usuarios,92137,0.htm>> [Acesso em 21 de maio de 2012].

GALISTEU, Adriane. Entrevista com Raphaella Avena. [Internet] Band, 2012. Disponível em:

<<http://www.band.com.br/muitomais/video.asp?id=d463e96ac3dcdb7278814cae0522b9e>> [Acesso em 17 de abril de 2012].

GUERRA, Cristiana. *Hoje vou assim*. [Internet]. Belo Horizonte: Cristiana Guerra. Disponível em: <<http://www.hojevouassim.com.br/>>. [Último acesso em 30 de julho de 2012].

GUERRA, Cristiana, CHÁGELADO ESTÚDIO. *Já pensou?*. [Internet]. Youtube, 2011[Vídeo]. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=7mLmiKiL1uk&feature=player_embedded> [Acesso em 30 de maio de 2012].

GUERRA, Cristiana. *Twitter @hojevouassim*. [Internet]. Belo Horizonte: Cristiana Guerra. Disponível em: <<https://twitter.com/#!/hojevouassim>> [Acesso em 05 de junho de 2012].

GUERRA, Cristiana. *Cris Guerra*. [Internet]. Belo Horizonte: Cristiana Guerra. Disponível em: <<http://www.crisguerra.com.br/>> [Acesso em 30 de maio de 2012].

GUERRA, Cristiana. *Cris Guerra Imprensa*. [Internet]. Belo Horizonte: Cristiana Guerra. Disponível em: <<http://www.crisguerraimprensa.blogspot.com.br>> [Acesso em 30 de maio de 2012].

GUERRA, Cristiana. *Movimento Mulher sem Photoshop*. In: Hoje vou assim. [Internet]. Belo Horizonte: Cristiana Guerra. Disponível em: <<http://www.hojevouassim.com.br/2012/05/22/movimento-mulher-sem-photoshop-2>> [Acesso em 30 de maio de 2012].

IBOPE. *73,9 milhões de pessoas têm acesso à internet no Brasil*. [Internet]. São Paulo: Notícias IBOPE, 2011. [acesso em 4 de abril de 2012]. Disponível em: http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalIBOPE&pub=T&nome=home_materia&db=caldb&docid=EA0526673CE1740D832578570054B23B

MERHOLZ, Peter. *Peterme.com*. [Internet]. Disponível em: <<http://www.peterme.com>> [Acesso em 21 de maio de 2012].

NOVAES, Caio. A história dos blogs. 2007. Brogui. Acesso em 9 de maio de 12. Disponível em <http://www.bogui.com/a-historia-dos-blogs/>

PINGDOM. Internet 2010 in numbers. [Internet]. Royal Pingdom, 2011. Disponível em: <<http://royal.pingdom.com/2011/01/12/internet-2010-in-numbers>> [Acesso em 21 de maio de 2012].

SOARES, Ana. *Hoje vou assim off*. [Internet]. Rio de Janeiro: Ana Soares. Disponível em: <<http://www.hojevouassimoff.com.br>> [Último acesso em 30 de julho de 2012].

STEIN, Daniel. *State of the Blogosphere* 2011. [Internet]. Technorati, 2011. Disponível em: <<http://technorati.com/social-media/article/state-of-the-blogosphere-2011-introduction/>> [Acesso em 22 de maio de 2012].

WIKIPEDIA. *USENET - Unix User Network*. [Internet]. Wikipedia. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Usenet>>. [Acesso em 09 de maio de 2012].

WIKIPEDIA. *Blog*. [Internet]. Wikipedia. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Blog>> [Acesso em 21 de maio de 2012].

YOUPIX. *Vem Gente! Edição Bomba*. [Internet]. São Paulo: Youpix, 2012. Disponível em: <<http://youpix.com.br/vemgente/edicao-bomba/>> [Acesso em 25 de maio de 2012].

APÊNDICES

Entrevista com CRISTIANA GUERRA, autora do blog HOJE VOU ASSIM (www.hojevouassimoff.com.br), cedida em 11 de julho de 2011

- Como é sua relação com a própria imagem?

Resumidamente, eu me acho mais bonita do que sou, rs. Aprendi isso, com ajuda da moda na minha vida. Demorou, mas aconteceu.

- Você é muito autocrítica?

Sou sim, mas aprendi a me aceitar. Isso foi ao longo de um tempo me vestindo, me vendo no espelho e principalmente tendo humor. Tenho minhas limitações e defeitos, coisas de que não gosto em mim, mas aprendi a lidar com isso.

- Como você definiria seu estilo?

Mutante. A cada dia sou um personagem diferente.

- Como surgiu a ideia de escrever o blog?

Totalmente de brincadeira, de forma impulsiva. Eu não sabia o que tava fazendo e nem imaginava qualquer desdobramento disso. Vesti uma roupa de que gostei, achei uma sobreposição criativa e resolvi registrar todos os dias uma foto do que eu estava vestindo, sem legenda nem nada. A ideia de colocar créditos surgiu uma semana depois.

- O que é “look” pra você?

É a produção que escolhi usar naquele dia.

Por que você mostra seus looks?

Para que eles fiquem registrados, quase como um registro artístico. Quando eu coloco o look no blog eu o eternizo.

- Quem faz suas fotos?

Hoje em dia é o Fred d'Alcântara, amigo e fotógrafo profissional. Antes, era Odete Martins, minha empregada e governanta. Antes de largar a agência para me dedicar ao blog exclusivamente, eram meus colegas de profissão.

- Que equipamentos fotográficos você utiliza?

Atualmente uso câmera profissional, mas por mais de 3 anos fotografei numa Sony Cybershot ou no iphone.

- Na hora de fotografar seus looks, você representa um personagem de si mesmo?

Sim. As roupas que visto fazem surgir um personagem, muitas vezes.

- Você considera as fotos de seus looks uma forma de autorretrato?

Sim.

- Quanto tempo gasta para preparar seus looks?

30 minutos a 1h.

- Você pensa no dia-a-dia no look seguinte?

Não, não dá tempo. E o look tem que ter a ver com o humor do dia. Às vezes em que pensei antes, geralmente não deram certo.

- Quais são suas referências?

Audrey Hepburn. Adoro a imagem e as roupas que ela usava. Ela é uma referência clássica, atemporal. Vejo também as revistas de moda e algumas modelos ou personalidades me chamam atenção, mas ninguém como ela.

- Qual sua relação com o consumo (de moda)?

Adoro consumir. Tenho que me controlar e já melhorei muito, mas no meu caso isso já foi doença.

- Você tem ou já teve algum incômodo, receio ou vergonha de postar suas fotos, em especial as fotos de looks, na internet? Por quê?

Não. Tem dia que tô triste ou mal humorada, mas isso se transformou no meu trabalho e faço com prazer. Não me importo em expor, já me acostumei.

- Em sua opinião, o que de especial a sua forma de se vestir leva a seus leitores?

Verdade. Espontaneidade. Autenticidade.

- **Como você vê essa relação dos seus leitores com seus looks, com sua forma de se vestir?**

Acho que sou um exemplo, mais pela forma com que relaciono com o meu corpo do que pelo que visto em si. Acho legal ser essa inspiração no sentido de incentivar as pessoas a encontrar e expressar sua individualidade com ajuda da moda.

- **Você acredita ter fãs?**

Sim.

- **Qual sua freqüência de postagens? E a de posts especificamente de looks?**

Posto todo dia útil, quase sempre looks ou alguma novidade.

- **Qual a média de visitação do seu blog? E de comentários?**

5 mil acessos por dia. 10 a 30 comentários em média.

- **Teve algum comentário positivo que você destacaria?**

Vários são positivos, não há como destacar.

- **E um negativo?**

Já houve muita ofensa e ainda há. Mas existem também as críticas construtivas. Não me lembro de nenhum em especial. Os primeiros me chateiam e eu faço um trabalho para aprender a lidar com isso.

- **Você edita suas fotos?**

Não. Atualmente o Fred trabalha a cor delas e só.

- **Existe preconceito com quem faz blog de looks? Se sim, você já passou por alguma situação inconveniente? Qual?**

Acho que existe sim. Mas nunca passei por constrangimento por isso não.

- **Atualmente, você posta looks por diversão ou obrigação?**

Pelos dois. Continua sendo um prazer.

- **O blog ter um número razoável de seguidores torna o “trabalho de postar” mais sério?**

Claro. Ter 100 leitores diários já significa um compromisso. Não fosse isso, eu não teria chegado até aqui.

- Você se beneficia com o blog? Que tipos de benefício já teve?

Eu vivo do blog. Nele fazemos ações de marketing, ajudamos os consumidores a formarem opiniões sobre determinadas marcas de que gosto. O blog me sustenta hoje.

- Existem regras para um blog de looks?

Acho que não.

- Se você pudesse estabelecer tais regras, quais seriam?

Seja verdadeira.

- Você já pensou em desistir de publicar seus looks diários?

Sim.

- O que o estimula a continuar?

Virou profissão. E sou pioneira. Fui eu quem começou essa febre no Brasil.

- O que diria para quem tem vontade de criar um blog para publicar seus próprios looks?

Vá em frente, é muito gostoso. Mas pense em ter um diferencial. Foque em alguma coisa, como a menina do Um ano sem Zara. Meu blog tem um foco na autenticidade, na "Mulher sem Photoshop", ou seja, não estou ali pra dizer regras ou exemplificar o que fica melhor com o quê. Eu quase não falo, deixo que a imagem fale por si - é esta informação de moda que gosto. E não falo em tom de dica, mas coloco nas postagens uma coisa muito pessoal. Não acredito que existam manuais de moda

Entrevista com RAPHAELLA AVENA, autora do blog AVENA ESTILO (www.avenaa.com), cedida em 11 de julho de 2011

- Como é sua relação com a própria imagem?

Tenho uma relação de ousadia com a minha imagem desde criança. Sempre gostei de ousar no visual, seja num penteado, corte de cabelo, roupa. A imagem é feita pra transmitirmos uma mensagem através dela.

- Você é muito autocrítico?

Bastante. Faço tudo pra me olhar no espelho e me sentir bem e deitar no travesseiro com a consciência tranquila.

- Como você definiria seu estilo?

Ousado, sempre, mesmo que seja em uma peça.

- Como surgiu a ideia de escrever o blog?

Surgiu da necessidade de compartilhar ideias de estilo com mais pessoas, ser aquela amiga ousada que veste primeiro e mostra que você também pode usar.

- O que é “look” pra você?

É um conjunto de peças que transmite uma mensagem.

- Como surgiu a ideia de fazer looks do dia?

Notei que as leitoras adoravam quando postava fotos minhas pois as inspirava em poderem usar peças parecidas na prática. Então, aderi aos looks todo dia!

- Por que você mostra seus looks?

Para que as meninas e meninos vejam na prática como podem ousar no visual e serem verdadeiros com seu estilo.

- Na hora de fotografar seus looks, você representa um personagem de si mesmo?

Sou eu mesma nas fotos, sou bem personagem na vida real também, mas claro que a gente exagera mais para as fotos, normal, é assim que funciona.

- Você considera as fotos de seus looks uma forma de autorretrato?

Um auto-retrato de um dia, no outro já sou outra pessoa completamente diferente, é como se cada dia interpretasse um papel com cada look.

- Quanto tempo gasta para preparar seus looks?

É intuitivo, geralmente penso no banho no que vou vestir, aí saio do banho com ideias e vou montando em camadas. Gasto no total 40 minutos em média.

- Você pensa no dia-a-dia no look seguinte?

Sim, sempre, 24hs por dia eu penso em estilo, no que quero transmitir pras leitoras e pessoas com cada peça que uso.

- Quais são suas referências?

Street-Style gringo, alguns ícones da moda dos anos 60 como Edie Sedwick e Twiggy e atuais como Kate Moss e Victoria Beckham.

- Qual sua relação com o consumo (de moda)?

Sou consumista, mas sei como e no que gastar na maioria das vezes. Sei a hora de parar, economizar e sei os itens que valem a pena investir mais. A única hora que não sei parar é com sapatos!

- Você tem ou já teve algum incômodo, receio ou vergonha de postar suas fotos, em especial as fotos de looks, na internet? Por quê?

Nunca. Sou sem vergonha hehe :)

- Em sua opinião, o que de especial a sua forma de se vestir leva a seus leitores?

Ousadia e verdade comigo mesma. Sou exatamente a proposta que prego no Avena Estilo, tanto que se criou um termo próprio, o Avenismo! Fiquei super feliz com o termo :)

- Como você vê essa relação dos seus leitores com seus looks, com sua forma de se vestir?

Acho incrível, sou muito feliz com o carinho que os leitores tem comigo e mais ainda em saber que eu inspiro tanta gente a se descobrir, se conhecer, ousar mais no dia a dia e encontrar seu próprio estilo, sua verdade!

- Você acredita ter fãs?

Sim, tenho até fã clubes! haha Acho fofo!

- Qual sua freqüência de postagens? E a de posts especificamente de looks?

Posto todos os dias, mesclo meus looks com inspirações pessoais e achados ousados incríveis que encontro pelo mundo afora.

- Qual a média de visitação do seu blog? E de comentários?

Até Junho, cerca de 3mil visitantes diários. A maioria comenta pelo twitter, que uso bastante como plataforma de feedback,

- Teve algum comentário positivo que você destacaria?

Vários, os que mais me emocionam são os que leitores me dizem que passaram a ousar mais no visual depois de lerem meu blog e que são mais felizes depois de se inspirarem em mim.

- E um negativo?

Não tem negativos, tem uns engraçados, que são quando alguns leitores querem dar dicas nos comments criticando alguma peça que usaria diferente.

- Um look seu que tenha gostado e outro nem tanto

Gosto de todos, por isso estão lá! haha ;)

- Você edita suas fotos?

O básico, quando sai escura, ainda estou aprendendo a mexer no diafragma da câmera :)

- Existe preconceito com quem faz blog de looks? Se sim, você já passou por alguma situação inconveniente? Qual?

Se existe preconceito é de blogueiros que não são de look, que dizem que blog de look não é blog de moda. E não é mesmo! Blog de look é blog de Estilo, sempre disse isso! Mas, quem tem preconceito é porque morre de vontade de colocar a cara e o corpinho ali pra mostrar, mas não tem coragem. ;)

- Atualmente, você posta looks por diversão ou obrigação?

Sempre por diversão, sempre! No dia que não me divertir mais com isto, paro de blogar.

- O blog ter um número razoável de seguidores torna o “trabalho de postar” mais sério?

A seriedade está em respeitar o leitor, ser verdadeiro em suas opiniões e transparente. Mas a postagem tem que ser sempre um divertimento.

- Você se beneficia com o blog? Que tipos de benefício já teve?

Sim, conheci muita gente bacana, marcas bacanas e pude trabalhar com muita gente incrível graças à visibilidade do Avena Estilo.

- Existem regras para um blog de looks?

Conhecer bem o seu estilo e qual mensagem quer passar pros leitores para ser bem verdadeiro na hora de postar.

- Se você pudesse estabelecer tais regras, quais seriam?

Não gosto de regras, acho que autoconhecimento é tudo.

- Você já pensou em desistir de publicar seus looks diários?

Nunca. Adoro postar meus looks!

- O que o estimula a continuar?

O carinho dos leitores e a vontade de desencarar um pouco o estilo do mundo.

- O que diria para quem tem vontade de criar um blog para publicar seus próprios looks?

Se conheça bem e se ame, pois só assim será verdadeiro e seguro pra expor seu estilo.

Entrevista com ANA SOARES, autora do blog HOJE VOU ASSIM OFF (www.hojevouassimoff.blogspot.com), cedida em 11 de julho de 2011

- Como é sua relação com a própria imagem?

Hoje em dia é muito boa, mas não sou uma pessoa grilada, aquela que vai ao salão toda semana.

- Você é muito autocrítico?

Sou um pouco, mas também estou aprendendo a relaxar.

- Como você definiria seu estilo?

Acho que moderno!

- Como surgiu a ideia de escrever o blog?

Surgiu da minha estagiaria, eu nunca quis ter um blog. Quando ela criou a versão *off* do blog Hoje Vou Assim, morremos de rir, mas no fundo eu me identifiquei demais, porque essa sempre foi minha vida e minha realidade. Então acabou sendo abraçado por mim.

- O que é “look” pra você?

Uma extensão da minha personalidade

- Por que você mostra seus looks?

Eles viraram uma referência para outras pessoas, servem também para eu ter um feedback dos leitores e aprender com isso. E também para aparecer, vai! Risos.

- Na hora de fotografar seus looks, você representa um personagem de si mesmo?

Não.

- Quanto tempo gasta para preparar seus looks?

Depende, mas não passa de 10 minutos.

- Você pensa no dia-a-dia no look seguinte?

Penso sim, mas quando estou com muito trabalho, não.

- Quais são suas referências?

Poucas...mas vejo muito o lookbook.nu

- Qual sua relação com o consumo (de moda)?

Não cometo grandes estragos...brincadeira, sou bem mão de vaca, só compro quando amo.

- Você tem ou já teve algum incômodo, receio ou vergonha de postar suas fotos, em especial as fotos de looks, na internet? Por quê?

Já. Naqueles dias em que você acha que nada está bom ou que está com problemas. Aí ler crítica não é algo que eu queira muito.

- Em sua opinião, o que de especial a sua forma de se vestir leva a seus leitores?

Acho que a tentativa de ousar, sem copiar estilos dos outros.

- Como você vê essa relação dos seus leitores com seus looks, com sua forma de se vestir?

Acho q eles acabam usando como referência e como inspiração para suas atitudes.

- Você acredita ter fãs?

Acredito ter pessoas que me acompanham.

- Qual sua freqüência de postagens? E a de posts especificamente de looks?

1 a 2 por dia.

- Qual a média de visitação do seu blog? E de comentários?

Número de comentários é meio bobagem, né? Os meus eram fechados, só conta google comentava, mas a média é de 25. Visitação chega a 5 mil por dia.

- Teve algum comentário positivo que você destacaria?

Acho que os mais bacanas são aqueles em que as pessoas agradecem por eu ser sincera e partilhar minhas opiniões com elas.

- E um negativo?

Sempre os que falam que estou imitando a Cris Guerra, rs.

- Um look seu que tenha gostado e outro nem tanto:

Difícil escolher.

- Você edita suas fotos?

Edito a iluminação.

- Existe preconceito com quem faz blog de looks? Se sim, você já passou por alguma situação inconveniente? Qual?

Hoje em dia o pessoal pegou as meninas para Cristo, não entendo. Não teve ainda uma situação inconveniente.

- Atualmente, você posta looks por diversão ou obrigação?

Posso falar? Meio a meio. Mas obrigação não quer dizer "de saco cheio". Tem dias que você não está a fim de trabalhar, mas precisa, né? Eu penso assim sobre meu blog: sei que muita gente tá lá me esperando e um diário virtual é reflexo da nossa rotina.

- O blog ter um número razoável de seguidores torna o “trabalho de postar” mais sério?

Acho que sim.

- Você se beneficia com o blog? Que tipos de benefício já teve?

Hoje ganho roupas e sapatos e trabalhos a partir do blog.

- Existem regras para um blog de looks?

Acho que não.

- Se você pudesse estabelecer tais regras, quais seriam?

A regra é não ser igual a todo mundo.

- Você já pensou em desistir de publicar seus looks diários?

Já, mas virou parte da minha rotina.

- O que o estimula a continuar?

Eu não costumo desistir de nada que começo.

- **O que diria para quem tem vontade de criar um blog para publicar seus próprios looks?**

Seja original, faça boas fotos e não seja afetada.

ANEXOS

ANEXO 1

Look “calça vermelha”, Cristiana Guerra.

Disponível em: <http://www.hojevouassim.com.br/2012/06/04/semana-da-calca-flare-vermelha>

Postado em 4 de junho de 2012

HOJE VOU ASSIM

O 1º BLOG DE LOOKS DIÁRIOS DO BRASIL

Mais de 200 cursos
COM OS MELHORES PROFESSORES [clique aqui](#)
Experimente GRÁTIS

INSTITUTO IOB
Preparatórios para Concursos Públicos e Exame da OAB
www.institutoiob.com.br

Mais de 200 cursos
COM OS MELHORES PROFESSORES [clique aqui](#)
Experimente GRÁTIS

INSTITUTO IOB
Preparatórios para Concursos Públicos e Exame da OAB
www.institutoiob.com.br

LITA RAIES + cris guerra
Nova Coleção já na loja virtual

Apadrinhe! Faça o melhor investimento da sua vida. WWW.APADRINHAMENTO.ORG.BR

PRÊMIO CHIC MELHOR BLOG 2008

junho 4 Semana da calça flare: vermelha!
Postado em: [Look do Dia](#)

[Comentário](#)



CRIS GUERRA



Publicitária por formação.
Escritora e cronista de moda
por obra do destino.
E modelo uma vez por dia.

[O](#) [f](#) [t](#) [YouTube](#)
[t](#) [v](#) [Instagram](#)





LITA RAIÉS
+cris guerra

Nova Coleção
já na loja virtual



INSTRUÇÕES DE NAVEGAÇÃO

1. Para ver detalhes, clique na foto. Você vai ver surgir um box com a mesma foto e, do lado superior direito, um ícone para ampliá-la. Clicando nele, a foto vai ficar maior.
2. Se quiser procurar algum post, use o quadro BUSCAR, por palavras-chaves. Ou use o calendário abaixo.

ATENÇÃO:

As pessoas que tornam esse blog possível se divertem a cada post. Se você tem bom humor, vai ser fácil entrar no clima. Para quem não tem, é necessário explicar que o blog, definitivamente, não tem como intuito: fazer



definitivamente, não tem como intuito: fazer fofoca, falar mal da vida alheia, competir ou promover competições de qualquer tipo. E nem arena para troca de ofensas. Acreditando nisso, não modero comentários. Essa parte fica por si conta. Liberdade, educação e delicadeza são clássicos. Nunca saem de moda.

CADASTRE-SE

Participe dos nossos sorteios!

É só preencher os dados abaixo.
***Obrigatório**

Nome Completo *

E-mail para contato *

1000

CALENDÁRIO DE POSTS



POSTS POR EMAIL

[Clique para receber os posts por email!](#)

CATEGORIAS

- [Casamento \(12\)](#)
- [Clipping \(4\)](#)
- [Cobertura de evento de moda \(15\)](#)
- [Coluna BandNews FM \(1\)](#)
- [Coluna de Moda Oi FM \(4\)](#)
- [Coluna jornal Metro \(1\)](#)
- [Colunas \(1\)](#)
- [Colunista Convidado \(13\)](#)
- [Com Que Roupa? \(2\)](#)
- [Concurso \(14\)](#)
- [Concurso cultural \(8\)](#)
- [Cris Guerra Responde \(6\)](#)
- [Cursos \(6\)](#)
- [Dica de hoje \(2\)](#)
- [Dicas de Moda, Beleza e Compras \(153\)](#)
- [Editorial de Moda \(4\)](#)
- [Emoções \(62\)](#)
- [Entrevistas e Matérias \(36\)](#)
- [Extra \(16\)](#)
- [Festa \(18\)](#)
- [Homenagem \(4\)](#)
- [Imprensa \(5\)](#)



[Lançamento \(5\)](#)
[Linha Lita Raies + Cris Guerra \(14\)](#)
[Loja Virtual Cris Guerra \(3\)](#)
[Look do Dia \(1639\)](#)
[Looks por Jana Magalhães \(33\)](#)
[Mimos \(7\)](#)
[Músicas \(12\)](#)
[Não perca \(56\)](#)
[Novidade \(24\)](#)
[OFF \(10\)](#)
[Oportunidade \(30\)](#)
[Palestra \(7\)](#)
[Prêmio \(13\)](#)
[Prêmio Novos Fotógrafos \(33\)](#)
[Preview \(1\)](#)
[Promoção \(24\)](#)
[Publeditorial \(106\)](#)
[Resultado de sorteio \(24\)](#)
[Resultado do Concurso \(1\)](#)
[Revista Encontro \(8\)](#)
[Revista Gloss \(2\)](#)
[Revista Ragga \(8\)](#)
[Saudade \(1\)](#)
[Sobre o Blog \(14\)](#)
[Solidariedade \(28\)](#)
[Sorteio \(37\)](#)
[Textos \(7\)](#)
[Textos sobre moda \(10\)](#)
[Túnel do Tempo \(20\)](#)
[Vídeos \(44\)](#)

ANEXO 2

Look “para matar um leão”, Cristiana Guerra.

Disponível em: <http://www.hojevouassim.com.br/2012/05/31/vestida-pra-matar-um-leao>

Postado em 31 de maio de 2012

maio
31

Vestida pra matar um leão

Postado em: [Look do Dia](#)

5 Comentários

Hoje foi dia de fazer a transformação na *Cau do Couto*, missão do [Esquadrão do Griffe Show](#). Por isso escolhi uma roupa mais prática – sabendo que o dia seria um corre-corre – e por isso demorei tanto pra postar o look do dia. O dia todo foi dedicado à transformação da *Cau* no salão *Clip* e depois na busca de um look pra ela no valor total de R\$ 500,00 reais. Missão cumprida! Agora é aguardar as votações e torcer. No site do [Griffe Show](#) dá pra acompanhar tudo, mas também vamos dar detalhes aqui. Aguarde e vote com a gente!



CRIS GUERRA



Publicitária por formação.
Escritora e cronista de moda
por obra do destino.
E modelo uma vez por dia.

[O](#) [f](#) [t](#) [Y](#)
[t](#) [v](#) [i](#)

Blog parceiro de
CLAUDIA
.com.br

Mulher
~~sem~~ Photoshop

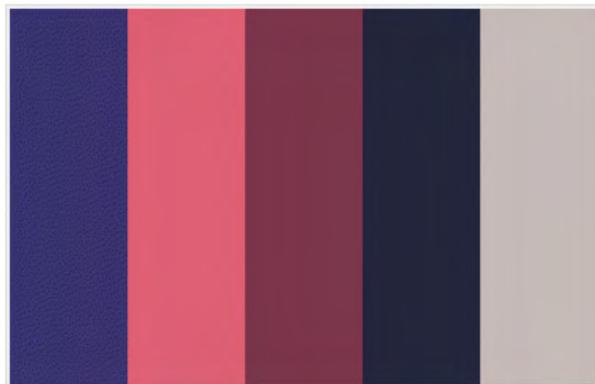


ja pensou?

LITA RAIES
+cris guerra

Nova Coleção
já na loja virtual

2



brinco copella
 camisa ellus 2nd floor
 pulseira lita raias + cris guerra
 anel lita raias + cris guerra
 calça diesel
 slipper schutz

(foto tiago battitucci)

5 Comentários



Comentário por Leila Diniz (@vitrineaugusta) — 01/06/2012 @ 10:59

simples e linda! as tatuagens são um show a parte né Cria, dispensam acessórios quando os braços estão de fora, risos, adoooooooooooooro.
 que o seu final de semana seja iluminado, o seu e de toda sua patota.
 beijinhos mil, fiquem e estejam sempre todos com DEUS.
 lella diniz (<http://www.vitrineaugusta.com/>)



INSTRUÇÕES DE NAVEGAÇÃO

- Para ver detalhes, clique na foto. Você vai ver surgir um box com a mesma foto e, do lado superior direito, um ícone para ampliá-la. Clicando nele, a foto vai ficar maior.
- Se quiser procurar algum post, use o quadro BUSCAR, por palavras-chave. Ou use o calendário abaixo.

ATENÇÃO:

As pessoas que tornam esse blog possível se divertem a cada post. Se você tem bom humor, vai ser fácil entrar no clima. Para quem não tem, é necessário explicar que o blog, definitivamente, não tem como intuito: fazer fofoca, falar mal da vida alheia, competir ou promover competições de qualquer tipo. E nem é arena para troca de ofensas. Acreditando nisso, não modero comentários. Essa parte fica por sua conta. Liberdade, educação e delicadeza são clássicos. Nunca saem de moda.

CADASTRE-SE

Participe dos nossos sorteios!

É só preencher os dados abaixo.
 *Obrigatório

Nome Completo *

E-mail para contato *

CALENDÁRIO DE POSTS

maio 2012

S	T	Q	Q	S	S	D
1	2	3	4	5	6	
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			
« abr				jun »		

POSTS POR EMAIL

[Clique para receber os posts por email!](#)

CATEGORIAS

- Casamento (12)
- Clipping (4)
- Cobertura de evento de moda (15)
- Coluna BandNews FM (1)
- Coluna de Moda Oi FM (4)
- Coluna jornal Metro (1)

ANEXO 3

Look “pitadas de amarelo”, Cristiana Guerra.

Disponível em: <http://www.hojevouassim.com.br/2012/05/30/pitadas-de-amarelo>

Postado em 30 de maio de 2012

maio
30
Pitadas de amarelo
21 Comentários



Postado em: [Look do Dia](#)

CRIS GUERRA



Publicitária por formação. Escritora e cronista de moda por obra do destino. E modelo uma vez por dia.



Blog
parceiro de
CLAUDIA
.com.br



**Mulher
Sem
Photoshop**



já pensou?

LITA RAIES
+cris guerra



Nova Coleção
já na loja virtual



INSTRUÇÕES DE NAVEGAÇÃO

1. Para ver detalhes, clique na foto. Você vai ver surgir um box com a mesma foto e, do lado superior direito, um ícone para ampliá-la. Clicando nele, a foto vai ficar maior.
2. Se quiser procurar algum post, use o quadro BUSCAR, por palavras-chaves. Ou use o calendário abaixo.

ATENÇÃO:

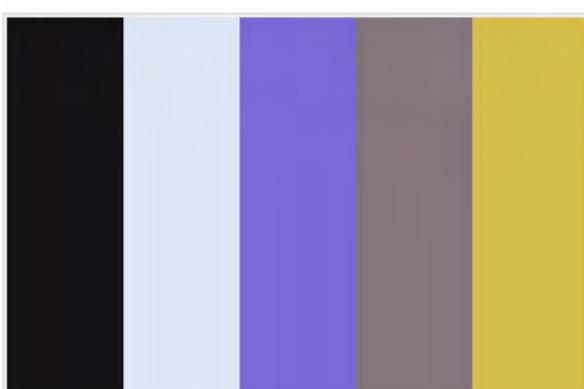
As pessoas que tornam esse blog possível se divertem a cada post. Se você tem bom humor, vai ser fácil entrar no clima. Para quem não tem, é necessário explicar que o blog, definitivamente, não tem como intuito: fazer fofoca, falar mal da vida alheia, competir ou promover competições de qualquer tipo. E nem é arena para troca de ofensas. Acreditando nisso, não modere comentários. Essa parte fica por sua conta. Liberdade, educação e delicadeza são clássicos. Nunca saem de moda.

CADASTRE-SE

Participe dos nossos sorteios!

É só preencher os dados abaixo.
*Obrigatório

*Nome Completo **



brinco *lita raias + cris guerra*
 trench coat *maria bonita extra*
 por baixo, camiseta *adidas*
 anel *fabrizio gianonne*
 short *carina duek* para *c&a*
 sapato *arezzo*
 bolsa *la sacoche*

(foto *odete martins*)

21 Comentários



Comentário por *Luciana Caram* — 30/05/2012 @ 13:56

Adorei!!!!



Comentário por *Izabella* — 30/05/2012 @ 14:38

Fiu! Fiu!



Comentário por *Bruna* — 30/05/2012 @ 14:56

Linda Linda Linda



Comentário por *Patrícia Las-Cazas* — 30/05/2012 @ 14:58

Amei!

Nome Completo *

E-mail para contato *

CALENDÁRIO DE POSTS

maio 2012						
S	T	Q	Q	S	S	D
1	2	3	4	5	6	
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			
« abr			jun »			

POSTS POR EMAIL

[Clique para receber os posts por email!](#)

CATEGORIAS

- [Casamento \(11\)](#)
- [Clipping \(4\)](#)
- [Cobertura de evento de moda \(15\)](#)
- [Coluna BandNews FM \(1\)](#)
- [Coluna de Moda Oi FM \(4\)](#)
- [Coluna jornal Metro \(1\)](#)
- [Colunas \(1\)](#)
- [Colunista Convidado \(13\)](#)
- [Com Que Roupa? \(2\)](#)
- [Concurso \(14\)](#)
- [Concurso cultural \(8\)](#)
- [Cris Guerra Responde \(6\)](#)
- [Cursos \(6\)](#)
- [Dica de hoje \(2\)](#)
- [Dicas de Moda, Beleza e Compras \(153\)](#)
- [Editorial de Moda \(4\)](#)
- [Emoções \(62\)](#)
- [Entrevistas e Matérias \(36\)](#)
- [Extra \(25\)](#)

ANEXO 4

Look “doce de leite”, Cristiana Guerra.

Disponível em: <http://www.hojevouassim.com.br/2012/05/29/doce-de-leite>

Postado em 29 de maio de 2012

maio
29

Doce de leite
Postado em: [Look do Dia](#)

35 Comentários



CRIS GUERRA
Publicitária por formação.
Escritora e cronista de moda
por obra do destino.
E modelo uma vez por dia.

[O](#) [f](#) [t](#) [YouTube](#)
[t](#) [v](#) [Instagram](#)

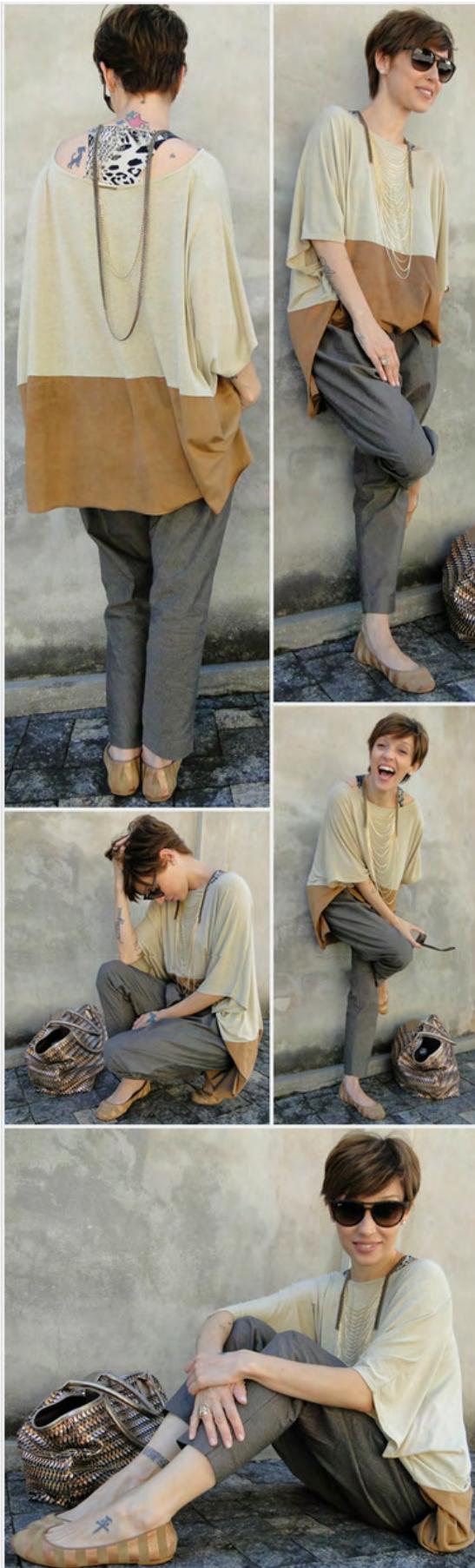
Blog parceiro de
CLAUDIA
.com.br

Mulher sem Photoshop



ja pensou?

LITA RAIÉS
+cris guerra



Nova Coleção
já na loja virtual



INSTRUÇÕES DE NAVEGAÇÃO

1. Para ver detalhes, clique na foto. Você vai ver surgir um box com a mesma foto e, do lado superior direito, um ícone para ampliá-la. Clicando nela, a foto vai ficar maior.
2. Se quiser procurar algum post, use o quadro BUSCAR, por palavras-chaves. Ou use o calendário abaixo.

ATENÇÃO:

As pessoas que tornam esse blog possível se divertem a cada post. Se você tem bom humor, vai ser fácil entrar no clima. Para quem não tem, é necessário explicar que o blog, definitivamente, não tem como intuito: fazer fofoca, falar mal da vida alheia, competir ou promover competições de qualquer tipo. E nem é arena para troca de ofensas. Acreditando nisso, não modero comentários. Essa parte fica por sua conta. Liberdade, educação e delicadeza são clássicos. Nunca saem de moda.

CADASTRE-SE

Participe dos nossos sorteios!

É só preencher os dados abaixo.
*Obrigatório

Nome Completo *

E-mail para contato *

CALENDÁRIO DE POSTS

maio 2012						
S	T	Q	Q	S	S	D
1	2	3	4	5	6	
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			
« abr				jun »		

POSTS POR EMAIL

Clique para receber os posts por email!

CATEGORIAS

- [Casamento \(11\)](#)
- [Clipping \(4\)](#)
- [Cobertura de evento de moda \(15\)](#)
- [Coluna BandNews FM \(1\)](#)
- [Coluna de Moda Oi FM \(4\)](#)



óculos [ray ban](#)
 brinco [lita raias + cris guerra](#)
 colar [lita raias + cris guerra \(lançamento\)](#)
 veste [patogé](#)
 por baixo, camiseta [mariah](#)
 calça [osklen](#)
 sapatilha [animale](#)
 bolsa [cosmopolita](#)

(foto [odete martins](#))

[Concurso \(1\)](#)
[Colunista Comida do \(1\)](#)
[Com Que Roupa? \(2\)](#)
[Concurso \(14\)](#)
[Concurso cultural \(8\)](#)
[Cris Guerra Responde \(6\)](#)
[Cursos \(6\)](#)
[Dica de hoje \(2\)](#)
[Dicas de Moda, Bolsas e Compras \(453\)](#)
[Editorial de Moda \(4\)](#)
[Emoções \(62\)](#)
[Entrevistas e Matérias \(36\)](#)
[Extra \(25\)](#)
[Festa \(18\)](#)
[Homenagem \(4\)](#)
[Imprensa \(5\)](#)
[Lançamento \(5\)](#)
[Linha Lita Raias + Cris Guerra \(14\)](#)
[Loja Virtual Cris Guerra \(2\)](#)
[Look do Dia \(1638\)](#)
[Looks por Jana Magalhães \(33\)](#)
[Mimos \(7\)](#)
[Músicas \(12\)](#)
[Não pares \(56\)](#)
[Nevidade \(24\)](#)
[OFF \(10\)](#)
[Oportunidade \(30\)](#)
[Palestra \(7\)](#)
[Prêmio \(13\)](#)
[Prêmio Novas Fotógrafas \(33\)](#)
[Preview \(4\)](#)
[Promoção \(24\)](#)
[PublEditorial \(106\)](#)
[Resultado do sorteio \(24\)](#)
[Resultado do Concurso \(1\)](#)
[Revista Encontro \(8\)](#)
[Revista Gloss \(2\)](#)
[Revista Raggá \(8\)](#)
[Saúde \(1\)](#)
[Sobre o Blog \(14\)](#)
[Solidariedade \(28\)](#)
[Sorteio \(37\)](#)
[Textos \(7\)](#)
[Textos sobre moda \(10\)](#)
[Tend de Tempo \(10\)](#)
[Vídeos \(44\)](#)

[Túnel do Tempo \(10\)](#)
[Vídeos \(44\)](#)

SIGA O HVA NO TWITTER:
[@hojevouassim](#)

:) RT @vanusamendesadv: @hojevouassim Muito bom
 "viajar" com vc pra Paris! Lindas fotos...Suspirando! [46 minutes ago](#)
 :) RT @vargasmi: @hojevouassim adoro esses 'achados'
 inesperados e necessários! [46 minutes ago](#)

NO FACEBOOK



ANEXO 5

Look “sem tema”, Cristiana Guerra.

Disponível em: <http://www.hojevouassim.com.br/2012/05/28/semana-sem-tema-pra-esquentar-as-turbinas>

Postado em 28 de maio de 2012

maio
28

Semana sem tema, pra esquentar as turbinas!
Postado em: [Look do Dia](#)

19 Comentários



CRIS GUERRA



Publicitária por formação. Escritora e cronista de moda por obra do destino. E modelo uma vez por dia.



LITA RAIES
+cris guerra



Nova Coleção
já na loja virtual



INSTRUÇÕES DE NAVEGAÇÃO

1. Para ver detalhes, clique na foto. Você vai ver surgir um box com a mesma foto e, do lado superior direito, um ícone para ampliá-la. Clicando nele, a foto vai ficar maior.
2. Se quiser procurar algum post, use o quadro BUSCAR, por palavras-chaves. Ou use o calendário abaixo.

ATENÇÃO:

As pessoas que tornam esse blog possível se divertem a cada post. Se você tem bom humor, vai ser fácil entrar no clima. Para quem não tem, é necessário explicar que o blog, definitivamente, não tem como intuito: fazer fofoca, falar mal da vida alheia, competir ou promover competições de qualquer tipo. E nem é arena para troca de ofensas. Acreditando nisso, não modero comentários. Essa parte fica por sua conta. Liberdade, educação e delicadeza são clássicos. Nunca saem de moda.

CADASTRE-SE

Participe dos nossos



sorteios!

É só preencher os dados abaixo.
*Obrigatório

Nome Completo *

E-mail para contato *

CALENDÁRIO DE POSTS

maio 2012

S	T	Q	Q	S	S	I
1	2	3	4	5	6	
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			
« abr			jun »			

POSTS POR EMAIL

[Clique para receber os posts por email!](#)

CATEGORIAS

- [Casamento \(11\)](#)
- [Clipping \(4\)](#)
- [Cobertura de evento de moda \(15\)](#)
- [Coluna BandNews FM \(1\)](#)
- [Coluna de Moda Oi FM \(4\)](#)
- [Coluna jornal Metro \(1\)](#)
- [Colunas \(1\)](#)
- [Colunista Convivido \(13\)](#)
- [Com Que Roupa? \(2\)](#)



brinco lita raias + cris guerra

vestido karola

anel fabrizio gianonne

sapato arezzo

bolsa maria bonita extra

(foto odete martins)

Concurso (14)
 Concurso cultural (8)
 Cris Guerra Responde (6)
 Cursos (6)
 Dica de hoje (2)
 Dicas de Moda, Beleza e Compras (153)
 Editorial de Moda (4)
 Emoções (62)
 Entrevistas e Matérias (36)
 Extra (25)
 Festa (18)
 Homenagem (4)
 Imprensa (5)
 Lançamento (5)
 Linha Lita Raias + Cris Guerra (14)
 Loja Virtual Cris Guerra (3)
 Look do Dia (1638)
 Looks por Jana Magalhães (33)
 Mimos (7)
 Músicas (12)
 Não perca (56)
 Novidade (24)
 OFF (10)
 Oportunidade (30)
 Palestra (7)
 Prêmio (13)
 Prêmio Novos Fotógrafos (33)
 Preview (1)
 Promoção (24)
 Publidoritorial (106)

Resultado de sorteio (24)
 Resultado do Concurso (1)
 Revista Encontro (8)
 Revista Gloss (2)
 Revista Ragga (8)
 Saudade (1)
 Sobre o Blog (14)
 Solidariedade (28)
 Sorteio (37)
 Textos (7)
 Textos sobre moda (10)
 Túnel do Tempo (10)
 Vídeos (44)

SIGA O HVA NO TWITTER:
 @hojevouassim

:) RT @vanusamendesadv: @hojevouassim Muito bom "viajar" com vc pra Paris! Lindas fotos... Suspirando! 46 minutes ago
 :) RT @vargasmi: @hojevouassim adoro esses 'achados' inesperados e necessários! 46 minutes ago

ANEXO 6

Look “emergencial de viagem”, Ana Soares.

Disponível em: <http://www.hojevouassimoff.com.br/2012/06/01/look-emergencial-de-viagem/>

Postado em 01 de junho de 2012

Hoje Vou Assim

OFF

do jeito

que

DÁ

Ana Carolina

A designer Ana Carolina, inspirada pelo blog original da estilosa Cris Guerra, o Hoje Vou Assim, mas ao mesmo tempo frustrada por não possuir o mesmo casting de marcas do seu guarda-roupa, criou a versão off price do seu blog, mostrando que dá também pra se vestir bem e barato. Com pouca grana e muita criatividade, ela se veste do jeito que dá - mas com direito a muitas risadas.

BUSCA

a autora

sobre o blog

contato

accesse também

na mídia

ACHADOS

LOOK DO DIA

DICAS

COMPREI E NUNCA USEI

LOOK DAS LEITORAS

ROTEIRO OFF

ÚLTIMOS POSTS

Moda e Design em debate na RIO+20

Comprei e nunca usei: calça encerada

Achadinhos das leitoras!

Menta com chuva

Achadinhos na C&A!

Dica de farmácia barata em Paris!

Looks das leitoras!

LOOKS

Look (emergencial) de viagem!

postado por Ana Carolina em Look do dia

1/06/12

Curtir 3 **enviar** **Share** 3 **Tweet** 1

calendário

S	T	Q	Q	S	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

no Twitter

hoje vou assim off
hojevouassimoff

hojevouassimoff @canalmoda
imagine!!! :(

hojevouassimoff @canalmoda
ahhhhhhhh!!! :(

hojevouassimoff RT
@revista_lpm "A moda é uma filha da puta", Regina Guerreiro, a editora de moda mais importante do país www.alhuvu.com.br

MAIS POPULARES

- O embate do salto alto com a sapatinha
- Uma reflexão sobre o básico
- Você se veste para quem?
- Sobre ser feminina e seus desafios
- Manifesto pela volta do tamanho G
- Uma roupa, um desabafo
- Estreando Maria Filó para C&A
- Desfile é legal, mas eu quero é poder comprar
- Encarando liquidações de uma forma diferente

ARQUIVOS

Selecionar o mês ▾

TAGS

achadinhos adidas afghan
alice disse andarella
arezzo bazar bom
demais C&A cantão
cea checklist chilli
beans cris roberto dress
to ebay eclectic
espaço fashion farm guria
imporium layana
thomaz leader
leeloo lolipop look da
semana Maria
Bonita Extra maria
filó marisa new order
oartifice o artifice oh
boy publidoritor
renner Riachuelo
ronaldo fraga santa
lolla Sem

Ana veste:

Regata H&M – 4,95 euros
Saia Zara – 25 euros
Colar H&M – 9,95 euros
Cardigan Zara – 12 euros
Bolsa Zara – 79 reais
Nos pés, que não apareceram, tênis para dar conta das andanças

Este look usei ontem em Veneza e consegui que o marido tirasse algumas fotos para o blog. São de celular, mas estão valendo! 😊

Sei que a primeira impressão é "Uuhuu, a Ana está pirando nas comprinhas!", mas desse look eu só queria ter comprado mesmo o colar. O restante foram compras emergenciais, pois minha mala virou um tiro no pé, rs!

Pois é, quem pediu pra ver minha mala, vai se decepcionar...como boa carioca que morre de medo de passar frio, vi a previsão de 15, 10 graus em algumas cidades e abastei a mala com casacos e calças e poucas peças mais fresquinhas. Mas não contava com o calor da Itália! Em Roma eu quase surtei de tanto calor, por isso comprei essa saia e a regata. NUNCA subestimem possíveis mudanças de temperatura nas suas viagens. Eu nem queria outra saia, estou cheia delas no meu armário, mas era um dos itens mais em conta e praticamente a única que vestiu bem em mim. Pelo menos ela é bonita e depois mostro detalhes da trama dela aqui. 😊

Eu crente que tinha arrumado a mala direitinho dessa vez...terei que fazer um curso quando voltar ao Rio,ahaha! #odeioarrumarmala
Será que algum dia eu aprenderei? 😊

1 24 amaram

Poderá também gostar de:

Look de viagem

O desafio de usar um vestido mega estampado

E chegou!

Quem tem medo de calça estampada?

LinkWithin

importante do país goo.gl/HxxBx

about 1 hour ago · reply · retweet · favorite
hojevouassimoff Moda e Design
em debate na RIO+20
hojevouassimoff.com.br/2012/06/1/

about 1 hour ago · reply · retweet · favorite
nessa_vnv @hojevouassimoff
aninha to vendendo pulseiras de
spike e caveiras pode ajudar a
divulgar? migre.me/9tdCd #spikes
#caveiras

2 hours ago · reply · retweet · favorite
hojevouassimoff @NossoArmario
lindeza demais!

3 hours ago · reply · retweet · favorite

Join the conversation

no Facebook

no Instagram

Informativo

Assine o HVAOFF e receba as
atualizações por e-mail

Seu e-mail:

Enviar

categoria

sweet cherry TNG
topshop traxy Uncle K
zara zellig

Tags: H&M, zara

 17 comentários

Comentários



Marília Corradi on 01 jun 2012 at 14:49

Nossa, não tem nada pior do que passar desconforto em viagem. Até que sou boa para mala de viagens, mas é possível de acontecer com qualquer um! As vezes nos empolgamos tanto que achamos irrelevante tal preocupação, rs.

[Responder]



Gabriela D'Andrea on 01 jun 2012 at 14:52

Também odeio arrumar mala, não gosto de carregar coisas demais mas sempre tenho medo de levar coisas de menos... Só me sinto segura se tenho lugar para lavar a roupa! Hahahaha

[Responder]



vivi schwäger on 01 jun 2012 at 14:54

olha, to pra ver o dia q eu vou arrumar a mala sem errar nada. sempre fica alguma coisa sem uso, alguma coisa q falta e por aí vai...

[Responder]



ANEXO 7

Look “cheguei”, Ana Soares.

Disponível em: <http://www.hojevouassimoff.com.br/2012/06/07/e-cheguei/>

Postado em 7 de junho de 2012

Hoje Vou Assim

OFF

do jeito

que

DÁ

Ana Carolina

A designer Ana Carolina, inspirada pelo blog original da estilosa Cris Guerra, o Hoje Vou Assim, mas ao mesmo tempo frustrada por não possuir o mesmo casting de marcas do seu guarda-roupa, criou a versão off price do seu blog, mostrando que dá também pra se vestir bem e barato. Com pouca grana e muita criatividade, ela se veste do jeito que dá - mas com direito a muitas risadas.

ÚLTIMOS POSTS

- Moda e Design em debate na RIO+20
- Comprei e nunca usei: calça encerada
- Achadinhos das leitoras!
- Menta com chuva
- Achadinhos na C&A!
- Dica de farmácia barata em Paris!
- Looks das leitoras!

LOOKS

Menta com chuva

calendário

S	T	Q	S	S	D
1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30

no Twitter

hojevouassimoff
hojevouassimoff

hojevouassimoff @canalmoda
imagine!!! :(2 minutes ago · reply · retweet · favorite

hojevouassimoff @canalmoda
ahhhhhh!!! :(7 minutes ago · reply · retweet · favorite

hojevouassimoff RT
@revista_tpm "A moda é uma filha da puta", Regina Guerreiro, a editora de moda mais importante do país goo.gl/HxxBx 37 minutes ago · reply · retweet · favorite

MAIS POPULARES

- [O embate do salto alto com a sapatilha](#)
- [Uma reflexão sobre o básico](#)
- [Você se veste para quem?](#)
- [Sobre ser feminina e seus desafios](#)
- [Manifesto pela volta do tamanho G](#)
- [Uma roupa, um desabafo](#)
- [Estreando Maria Filó para C&A](#)
- [Desfile é legal, mas eu quero é poder comprar](#)
- [Encarando liquidações de uma forma diferente](#)

ARQUIVOS

Selecionar o mês ▾

TAGS

- achadinhos adidas afghan
- alice disse andarella
- arezzo bazar bom
- demais c&a cantão
- cea checklist chili
- beans cris roberto dress
- to ebay eclectic
- espaço**
- fashion**
- farm guria
- impórium layana
- thomaz leader
- leeloo lolipop look da
- semana Maria
- Bonita Extra maria
- filó marisa new order
- oartifice o artifice oh
- boy publiteditorial
- renner Riachuelo
- ronaldo fraga santa
- lolla Sem

comentários

categoria
sweet cherry TNG
topshop traxy Uncle K
zara zellig

Ana veste:

Camiseta comprada de emergência e que depois mostro melhor aqui,
Mango - 9 euros
Camisa jeans Maria Filó - 100,00
Calça H&M - 14,90 euros
Colar H&M - 9,90 euros
Slipper Zara - 29 euros
Óculos Bleudame - 14 dólares

photos: Paulo Neumann

37 minutes ago · reply · retweet · favorite

hojevouassimoff Moda e Design
em debate na RIO+20
hojevouassimoff.com.br/2012/06/1:

nessa_vnv @hojevouassimoff
aninha to vendendo pulseiras de
spike e caveiras pode ajudar a
divulgar? migre.me/9tdCd #spikes
#caveiras

2 hours ago · reply · retweet · favorite

hojevouassimoff @NossoArmario

lindez demais!

2 hours ago · reply · retweet · favorite

Join the conversation

no Facebook

no Instagram

Informativo

Assine o HVAOFF e receba as
atualizações por e-mail

Seu e-mail:

Enviar

Lime Crime

1 54 amaram

Poderá também gostar de:

LinkWithin

Tags: H&M, Mango, maria filó, zara

23 comentários

Comentários

Karine on 07 jun 2012 at 13:55

Bem vinda de volta, Ana!

Volta de viagem é sempre cansativo mesmo, e arrasou no slipper, foi um super achado e a um preço legal!

Beijos

ANEXO 8

Look “menta com chuva”, Ana Soares.

Disponível em: <http://www.hojevouassimoff.com.br/2012/06/11/menta-com-chuva/>

Postado em 11 de junho de 2012

Hoje Vou Assim
OFF
do jeito
que
DIA

Ana Carolina

A designer Ana Carolina, inspirada pelo blog original da estilosa Cris Guerra, o Hoje Vou Assim, mas ao mesmo tempo frustrada por não possuir o mesmo casting de marcas do seu guarda-roupa, criou a versão off price do seu blog, mostrando que dá também pra se vestir bem e barato. Com pouca grana e muita criatividade, ela se veste do jeito que dá - mas com direito a muitas risadas.

ÚLTIMOS POSTS

- Sem certo e errado
- Moda e Design em debate na RIO+20
- Comprei e nunca usei: calça encerada
- Achadinhos das leitoras!
- Menta com chuva
- Achadinhos na C&A!
- Dica de farmácia barata em Paris!

LOOKS

Menta com chuva
postado por Ana Carolina em Look do dia

11/06/12

curtir 29 **Pin it 1** **enviar 29** **Share 29** **Tweet 2**

calendário

S	T	Q	Q	S	S	D
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

no Twitter

hojevouassimoff
@derepentetamy o meu é bopão, vai ficar largo, snif :(50 minutes ago · reply · retweet · favorite

hojevouassimoff Sem certo e errado, hoje eu saí vestida de mim mesma. hojevouassimoff.com.br/2012/06/1 51 minutes ago · reply · retweet · favorite

Mais populares

O embate do salto alto com a sapatinha
Uma reflexão sobre o básico
Você se veste para quem?
Sobre ser feminina e seus desafios
Manifesto pela volta do tamanho G
Uma roupa, um desabafo
Estreando Maria Filó para C&A
Desfile é legal, mas eu quero é poder comprar
Encarando liquidações de uma forma diferente

Arquivos

Selecionar o mês ▾

Tags

achadinhas adidas afghan
alice disse andarella
desfile

itguel, tirou as palavras dos meus dedos teclado, rs
58 minutes ago · reply · retweet · favorite

hojevouassimoff to adorando os twittes de revolta de hoje, rs
about 1 hour ago · reply · retweet · favorite

oficinadeestilo só queria deixar registrado que, na minha opinião, 'must have' de C é R. bjs, fê.
about 1 hour ago · reply · retweet · favorite

lilianeferrari Parem de "dar bossa ao look" right now!!!!!!!!!!!!!!
about 1 hour ago · reply · retweet · favorite

[Join the conversation](#)

no Facebook

no Instagram

Informativo

Assine o HVAOFF e receba as atualizações por e-mail

Seu e-mail:

Lime Crime



Ana veste:

Blusa H&M - 14,95 euros
Blazer H&M - 49,95 euros
Colar Ebay - 2 dólares
Bolsa Misako (Barcelona) - 22 euros
Calça C&A - 99 reais
Sapato Santa Lolla - 180 reais

Eu madruguei toda feliz hoje, pronta para começar o dia - e o blog! - com o pé direito. Preparei minha roupinha, me maquiei, saí cedinho de casa para o trabalho (milagre!!). Mas acho que São Pedro não estava muito afim do meu retorno, galera! Choveu demais por aqui e às 16h já não tinha mais luz do dia! 😕 E o Rodrigo, meu braço direito aqui no blog para as fotos, faltou, então tive que me virar com um tripé. Gente, que uruca é essa quando eu volto pro blog? hahahahaha!

De qualquer maneira eu tentei o melhor possível, mesmo com chuva! Essas foram algumas das minhas poucas compras da Europa, pois todo mundo sabe que com euro não dá pra brincar muito de gastar. Reclamei muito da H&M aqui no blog e, realmente, a qualidade deles não é tão boa, mas uma ou outra coisa deu para garimpar.

E alguém ainda lembra da cor-obsessão do momento na minha vida? Acertou quem lembrou da cor **menta**! E olhem só o blazer que eu encontrei e a cor dele!! Foi amor à primeira vista, mas eu estava hesitante em levá-lo. O marido foi quem insistiu! Ele também ficou apaixonado pelo blazer, vejam vocês. Assim que esse tempinho melhorar, volto a usá-lo para mostrar melhor os detalhes. 😊

A bolsa foi outro grande achado! Eu queria há tempos uma desse modelo, mas a original custava beeeem mais caro. E, zanzando em um shopping em Barcelona, encontrei a loja **Misako**, que tem várias bolsas super fofas a um bom preço, achei justamente uma versão deles para a Cambridge Satchel! Recomendo essa loja para quem for para aquelas bandas, quem quiser pode fuçar o site deles.

Depois dessa viagem eu estou oficialmente falida e ficarei um bom tempo sem comprar nada. O que é ótimo para me obrigar a olhar com carinho para o meu guarda-roupa e inventar novas propostas em cima do que eu já tenho. Um bom exercício para o retorno ao blog! E vamos que vamos com as novidades!

ANEXO 9

Look “calça encerada”, Ana Soares.

Disponível em: <http://www.hojevouassimoff.com.br/2012/06/12/comprei-e-nunca-usei-calca-encerada/>

Postado em 12 de junho de 2012

Hoje Vou Assim

OFF

do jeito que dá

Ana Carolina

A designer Ana Carolina, inspirada pelo blog original da estilosa Cris Guerra, o Hoje Vou Assim, mas ao mesmo tempo frustrada por não possuir o mesmo casting de marcas do seu guarda-roupa, criou a versão off price do seu blog, mostrando que dá também pra se vestir bem e barato. Com pouca grana e muita criatividade, ela se veste do jeito que dá - mas com direito a muitas risadas.

Comprei e nunca usei: calça encerada

postado por Ana Carolina em Comprei e nunca usei

ÚLTIMOS POSTS

- Moda e Design em debate na RIO+20
- Comprei e nunca usei: calça encerada
- Achadinhos das leitoras!
- Menta com chuva
- Achadinhos na C&A!
- Dica de farmácia barata em Paris!
- Looks das leitoras!

LOOKS

Férias!

ACHADOS

LOOK DO DIA

DICAS

COMPREI E NUNCA USEI

LOOK DAS LEITORAS

ROTEIRO OFF

ÚLTIMOS POSTS

- Moda e Design em debate na RIO+20
- Comprei e nunca usei: calça encerada
- Achadinhos das leitoras!
- Menta com chuva
- Achadinhos na C&A!
- Dica de farmácia barata em Paris!
- Looks das leitoras!

LOOKS

Férias!

calendário

S	T	Q	Q	S	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

no Twitter

hojevouassimoff @canalmoda imagino!!! :(

hojevouassimoff @canalmoda ahhhhhhh!!! :(

hojevouassimoff RT @revista_tp "A moda é uma filha da puta", Regina Guerreiro, a editora de moda mais importante do país goo.gl/HxxBx

hojevouassimoff Moda e Design em debate na RIO+20

MAIS POPULARES

- O embate do salto alto com a sapatilha
- Uma reflexão sobre o básico
- Você se veste para quem?
- Sobre ser feminina e seus desafios
- Manifesto pela volta do tamanho G
- Uma roupa, um desabafô
- Estreando Maria Filó para C&A
- Desfile é legal, mas eu quero é poder comprar
- Encarando liquidações de uma forma diferente

ARQUIVOS

Selecionar o mês ▾

TAGS

achadinhos adidas afghan alice disse andarella arezzo bazar bom demais c&a cantão céa checklist chili beans cris roberto dress to ebay eclectic espaço fashion farm guria imporium layana thomaz leader leeloo lolipop look da semana Maria Bonita Extra maria filó marisa new order oartifice o artifice oh boy publiteditorial renner Riachuelo ronaldo fraga santa lolla Sem categoria sweet cherry TNG topshop traxy Uncle K zara zellig

hojevouassimoff.com.br/2012/07/04/...

43 minutes ago · reply · retweet · favorite
nessa_vnv @hojevouassimoff aninha to vendendo pulseiras de spike e caveras pode ajudar a divulgar? migre.me/9tdCd #spikes #caveras

2 hours ago · reply · retweet · favorite
hojevouassimoff @NossoArmario lindezza demais!

2 hours ago · reply · retweet · favorite

Join the conversation

no Facebook

no Instagram

Informativo

Assine o HVAOFF e receba as atualizações por e-mail

Seu e-mail:

Enviar

Lime Crime





Ana veste:

Blusa C&A – 39,00
Colar Ebay – 27 dólares
Blazer Mango – 19,99 euros
Calça Carlos Miele – 130,00
Sapato Arezzo – 169,00
Bolsa Ebay que não existe mais – 25 dólares (mas nessa eu fui taxada em + 40 reais, nhééé)
Pulseiras douradas H&M – 3,75 euros cada
Shamballa Francesca Romana Diana que ganhei
Relógio Casio – 35 dólares

Eu criei a tag **Comprei e nunca usei** há três anos maio ou menos, para justamente tentar usar toda roupa que estivesse parada no meu armário. Só experimentando que podemos avaliar se aquela peça foi uma boa compra ou se

era só cisma, se ela se adequa ao seu estilo OU se vai para doação/bazar. Com esse exercício, fui colocando em prática cada vez mais meu lado crítico na hora de comprar, avaliar melhor se aquela compra era necessária ou se era apenas fogo de palha, abri espaço no meu armário (mesmo que um espacinho de 3cm, mas tudo bem, rs!) e assim tenho o orgulho de dizer que quase não tenho roupa sem usar no armário!

Por isso a tag anda meio parada, e eu estou muito orgulhosa disso, gente. Não tem porque deixarmos roupa (a.k.a nosso suado dinheirinho) escondida nos cafundós do closet, aguardando alguma oportunidade para ser usada. Não tem aquela já batida (e verdadeira!) letra "quem sabe faz a hora, não espera acontecer"? O que eu já perdi de roupa que não serviu mais, ou manchou de tanto tempo guardada, ou saiu de moda, etc, porque simplesmente esperava uma ocasião... Se eu saio pouco, por ex., por que tanta roupa de festa no armário, então? 😞

Minha mãe sempre falou que não tem mais essa de roupa da missa, e é verdade. Claro que ninguém vai usar um longo de festa para ir trabalhar, mas acho que podemos dar mais oportunidades às variações no nosso dia-a-dia e aproveitar melhor o que temos em casa. Assim, a sensação de não ter roupa, diminui, aumentamos nossas combinações de looks e melhoramos mais nossa imagem e autoestima. Moda é diversão e ela pode ser a extensão dessa nossa alegria, independentemente da tal ocasião.

Dito tudo isso, rs, a peça na berlinda hoje é essa **calça** que comprei em São Paulo, enquanto passeava com a Claudinha. Simplesmente ela disse que ouviu uma dica de calça preta encerada na loja do Carlos Miele, enquanto pássavamos em frente da mesma...e resolvemos conferir! Ficamos chocadas com o preço dessa black jeans encerada (pra loja de marca!) e gostamos tanto que cada uma levou a sua, haha! Mas a minha aguardava há meses uma bainha, e por isso andou esquecida no armário. Não tenho dúvidas sobre a compra, hoje eu só quis tentar usá-la pela primeira vez para avaliar. A cintura é um pouco baixa demais pro meu gosto mas, no geral, eu curti. Acho que esse modelo não tem muito mistério! Look simples e fácil que usei para trabalhar hoje! 😊

(Todo mundo que sempre perguntou sobre ser taxada, demora de entregas do Ebay, fiquem atentas: qualquer compra internacional está passando por um controle mais rigoroso da Receita Federal. Esta bolsa do look de hoje levou 5 meses para chegar e fui taxada em 60% do valor total da compra!) Vou fazer um update sobre esse ponto: só citei sobre o imposto pq sempre me perguntam se já fui taxada. Não me importo de pagar, mas não vou ser hipócrita e é claro que eu não gostaria de ser taxada. Simplesmente pq NADA nesse país é revertido pro benefício da população. Saúde, transporte, moradia? Que nada, vai pro bolso da "galera" de Brasília e só. Incentivo à indústria nacional? Também gostaria de ver isso.

ANEXO 10

Look “de uma vez só”, Ana Soares.

Disponível em: <http://www.hojevouassimoff.com.br/2012/06/18/de-uma-vez-so/>

Postado em 18 de junho de 2012

HOJE VOU ASSIM

OFF

que DÁ

Ana Carolina

A designer Ana Carolina, inspirada pelo blog original da estilista Cris Guerra, o Hoje Vou Assim, mas ao mesmo tempo frustrada por não possuir o mesmo casting de marcas do seu guarda-roupa, criou a versão off price do seu blog, mostrando que dá também pra se vestir bem e barato. Com pouca grana e muita criatividade, ela se veste do jeito que dá - mas com direito a muitas risadas.

De uma vez só!

postado por Ana Carolina em Look do dia

ÚLTIMOS POSTS

- Guia para compras em lojas de departamento (ou fast fashion)! De uma vez só!
- Achadinhos dos leitores!
- Comprei e nunca usei: maxi brincos
- Looks das leitoras!
- Saia da dúvida
- Achadinhos: slippers por menos de 50 reais

LOOKS

Sem certo e errado

calendário

S	T	Q	S	S	D
			1	2	3
4	5	6	7	8	9
11	12	13	14	15	16
18	19	20	21	22	23
25	26	27	28	29	30

no Twitter

hojevouassimoff @ana_tjs

hojevouassimoff @ana_tjs ela é novinha, bem novinha, né? Dou força. Meninas com menos de 20 anos podem vestir o q quiser, a idade permite!

Mais Populares

O embate do salto alto com a sapatilha
Uma reflexão sobre o básico
Você se veste para quem?
Sobre ser feminina e seus desafios
Manifesto pela volta do tamanho G
Uma roupa, um desabafo
Estreando Maria Filó para C&A
Desfile é legal, mas eu quero é poder comprar
Encarando liquidações de uma forma diferente

Arquivos

Selecionar o mês ▾

Tags

achadinhas adidas afghan
alice disse andarella
diéZZO baratinho bazar
bom demais C&A
cantão cea
checklist chilli beans
cris roberto dress to ebay
eclectic espaço
fashion farm guria
imporium leader
leeloo lolipop look da
semana Maria
Bonita Extra maria
filó marisa new order o
artifice oartifice oh boy
publieditorial renner
Riachuelo ronaldo fraga
santa lolla Sem
categoria
sweet cherry TNG
topshop traxy Uncle K
zara zellig

idade permitiu! 10 hours ago · reply · retweet · favorite

hojevouassimoff @lana_tjs OXE 10 hours ago · reply · retweet · favorite

hojevouassimoff @Rosemva ah, então, fale da primeira versão mesmo! 10 hours ago · reply · retweet · favorite

hojevouassimoff @Rosemva e era, mas vamos dar uma chance pra Julianal! To dando força. :) 10 hours ago · reply · retweet · favorite

hojevouassimoff @isabelborges kkkkkk, como pode nego não ter pensado nisso, com essas tv HD das modernidade 10 hours ago · reply · retweet · favorite

[Join the conversation](#)

no Facebook

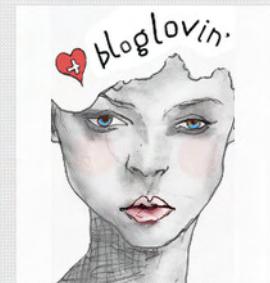
no Instagram

Informativo

Assine o HVAOFF e receba as atualizações por e-mail

Seu e-mail:

Lime Crime





Ana veste:

Maxi cardigan Maria Filó para C&A - 59,90
 Blusa renda Maria Filó para C&A - 59,90
 Cinto Feira Hippie BH - 10,00
 Calça H&M - 14,90 euros
 Sandália Maria Filó - 150,00
 Bolsa Asos - 100,00
 Colar Sal Grosso
 Anel H&M - 3,75 euros (achou!)

fotos: Rodrigo Silva

Hoje fiquei surpresa como consegui bolar esse look rapidamente antes de sair de casa, pela manhã! Na verdade fui apenas juntando as peças. Queria usar esse maxi cardigan que comprei da coleção da Maria Filó para C&A e só tinha tirado do armário uma vez apenas. A partir dele, pensar nas outras peças foi um pulo!

Eu normalmente não uso casacos compridões assim, mas preciso dizer que estou amando! E o melhor foi o precinho dele, hohoho! Aliás, o look todo foi praticamente uma pechincha! *orgulhinho*

♥ 21 amaram

Poderá também gostar de:



Look de viagem!



Saia da dúvida



Look (emergencial) de viagem!



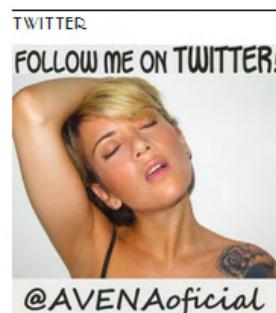
Quem tem medo de calça estampada?

ANEXO 11

Look “blazer e sneakers”, Raphaella Avena.

Disponível em: <http://www.avenaa.com/index.php/2012/05/22/blazer-sneakers-a-la-isabel-marant/>

Postado em 22 de maio de 2012





PARTNERS:

Dra. Melissa Falcão
Dermatologia

LA LIQ

Com o dia das namoradas chegando, bora aquela vontade de preparar algo especial para a pessoa amada. Para te dar uma dica, a Loja LAQ preparou um clima para vocês estar deslindando nesse dia! 70% de desconto no tratamento corporal + peeling de diamante.

1 COMAGEM CORPORAL + 1 PEELING DE DIAMANTE

de R\$ 300,00 por apenas R\$ 114,00

Mais detalhes e condições para esse (21) 2512-2460

Av. Arcujo de Polva, 226/302 - Leblon

INSTAGRAM





Blazer: Renner/ tshirt gifted by Cute&Chic/ shorts DIY Espaço Lundgren/ Sneakers Arezzol pulseiras gifted by Kafé acessórios e pulseiras fininhas AvenaStore

Olha o blazer que já virou meu xodó aí again! Dessa vez com o mix tshirt e shortinho jeans, o shortinho é bem curtinho mesmo e era uma calça jeans da Espaço Lundgren que eu cortei deixando os bolsinhos aparentes.

XX
Avena.



KEEP CALM



PINTEREST

Follow my
Pinterest



ARCHIVES

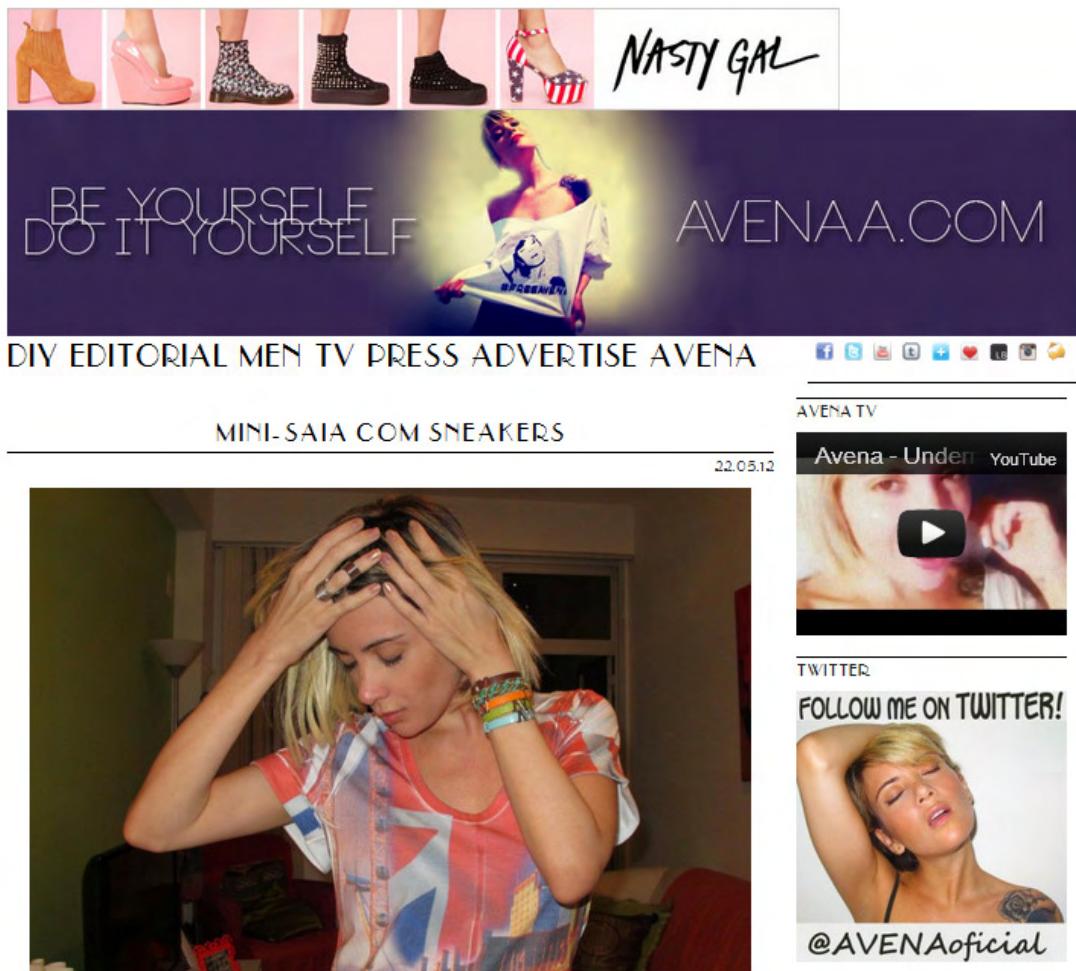
Selecionar o mês ▾

ANEXO 12

Look “mini-saia”, Raphaella Avena.

Disponível em: <http://www.avenaa.com/index.php/2012/05/22/mini-saia-com-sneakers/>

Postado em 22 de maio de 2012





AVENA STORE



NASTY GAL



PARTNERS:

Dra. Melissa Falcão
Dermatologia



LA LIQ

1 COMAGEM CORPORAL + 1 PEELING DE DIAMANTE
R\$ 114,00

www.laq.com.br
Av. Andrade de Paiva, 226/302 - Leblon - Rio de Janeiro - RJ - 22450-000
(21) 2512-2460

INSTAGRAM

Follow me:

Instagram
AvenaOficial



Blusa Mullet Inglaterra: Citycol
 Saia DIY: MANGO
 Pulseiras: AvenaStore (finas)



Sneakers: Arezzo



KEEP
 CALM
 AND
 AVENIZE

PINTEREST

Follow my
Pinterest



avena.com

ARCHIVES

SEARCH

LOG IN

Please log into the site.

Username

Password

Já viram que não tiro meu sneaker no pé, foi a melhor aquisição dos últimos tempos de tão confortável, AMO! <3 Obrigada Arezzo <3

Essa tshirt acreditem ou não custou 18 reaisinhos na Citycol no dia que passei pra dar uns garimpos por lá que encontrei peças incríveis, à exemplo deste outro post.

As pulseirinhas coloridas que já são sucesso no meu Instagram (segue aí galera AVENAoficial), faz parte da pré-coleção da **AvenaStore** que somente os primeiros clientes vão ganhar exclusivamente, por isso se vc ainda não curtiu a página da marca, corre que ainda dá tempo! <http://facebook.com/AvenaStore>

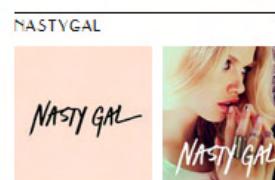
XX
 Avena.

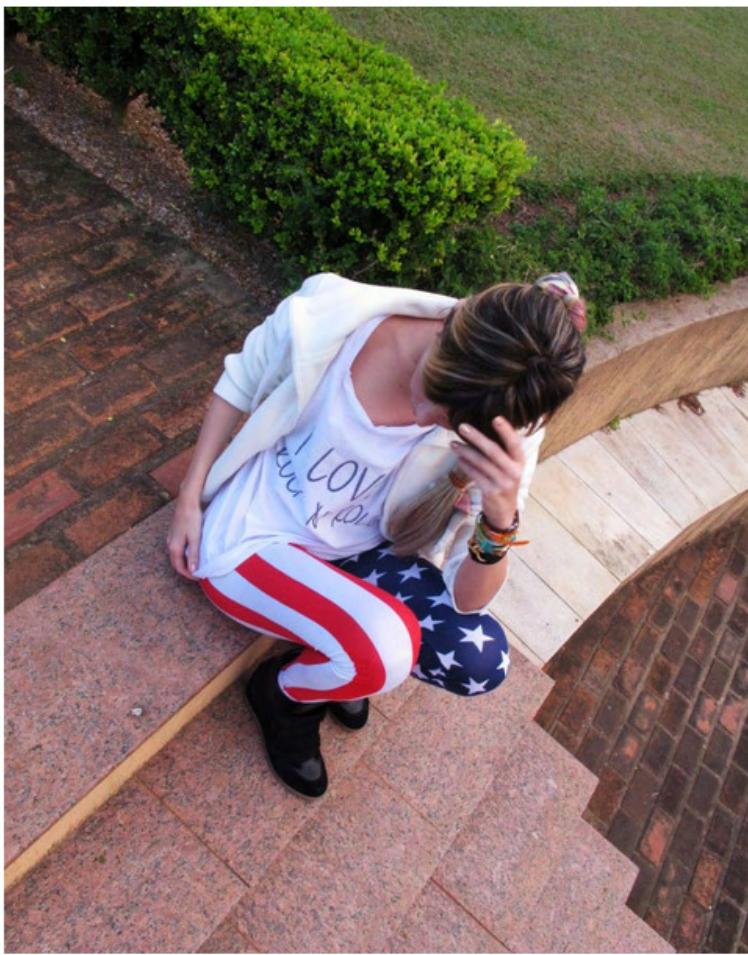
ANEXO 13

Look “born in USA”, Raphaella Avena.

Disponível em: <http://www.avenaa.com/index.php/2012/05/28/born-in-usa/>

Postado em 26 de maio de 2012





Dra. Melissa Falcão
Dermatologia

LA LIQ



Che o dia dos namorados chegando,
bora sair! Vontade de preparar
algo especial para a pessoa amada.

Para te dar uma ajudinha, a La Liq
preparou uma oferta para você estar
deslumbrante neste dia: 70% de
desconto na gincana corporal +
peeling de diamante.

**1 GOMAGEM
CORPORAL**
+
**1 PEELING DE
DIAMANTE**

de R\$ 180,00 por apenas

R\$ 114,00

Mas se você está sozinha (a),
aproveite essa promoção para es-
colher o look desejado e arrasar ainda
mais cheia de novas pretendentes.

Para entrar em contato com a La Liq:
(21) 2512-2440

Local: Av. Presidente Vargas, 1000 - Centro
Cidade: Rio de Janeiro - RJ
Cep: 22230-000

Av. Arquim da Paiva, 226/302 - Leblon
Local: Rio Design Center

INSTAGRAM

Follow me:





Instagram
AvenaOfficial

KEEPCALM



PINTEREST

Follow my
Pinterest





ARCHIVES

SEARCH

LOG IN

Please log into the site.

 Username Password Remember Me





Tshirt: AVENA (disponível já em pré-venda na Avena Store) / legging: Ebay/ scarf cabelo: Herchcovitch/ pulseiras coloridas: AVENA (breve também na Avena Store).

PS: Já sei que vocês vão me pedir tutorial do cabelôn, então esta semana vou arrumar tempo pra gravar pra vocês, prometo! ☺

XX
Avena.

You might also like:



Blazer + sneakers
a la Isabel Marant



Avena em Sampa:
Look Legging +
Blazer com
sneakers



Sneakers + legging
+ tshirt



Avena Store:
Tshirt "Im Sexy
and I Know It"



Fashion Rio: Look
do Dia – Avenize-
se

[Tweet](#) 3

[Curtir](#) 3

This entry was posted in [Alegria Fashion](#), [Avena Shopping](#), [Look do Dia](#) and tagged [Avena](#), [Avena Store](#), [legging USA](#), [look do dia](#), [Raphaela Avena](#), [Sneaker Arezzo](#), [Sneaker Isabel Marant](#), [tshirt Avena](#), [tshirt com legging](#), [tshirt Rock](#). Bookmark the [permalink](#).

← [Pré-lançamento e pré-venda Avena](#)

[Avena no YouPIX](#) →

9 RESPONSES TO *BORN IN USA*



JULLIANE says:

28 de maio de 2012 at 8:49 AM

Que sneaker é este??? lindo o look.

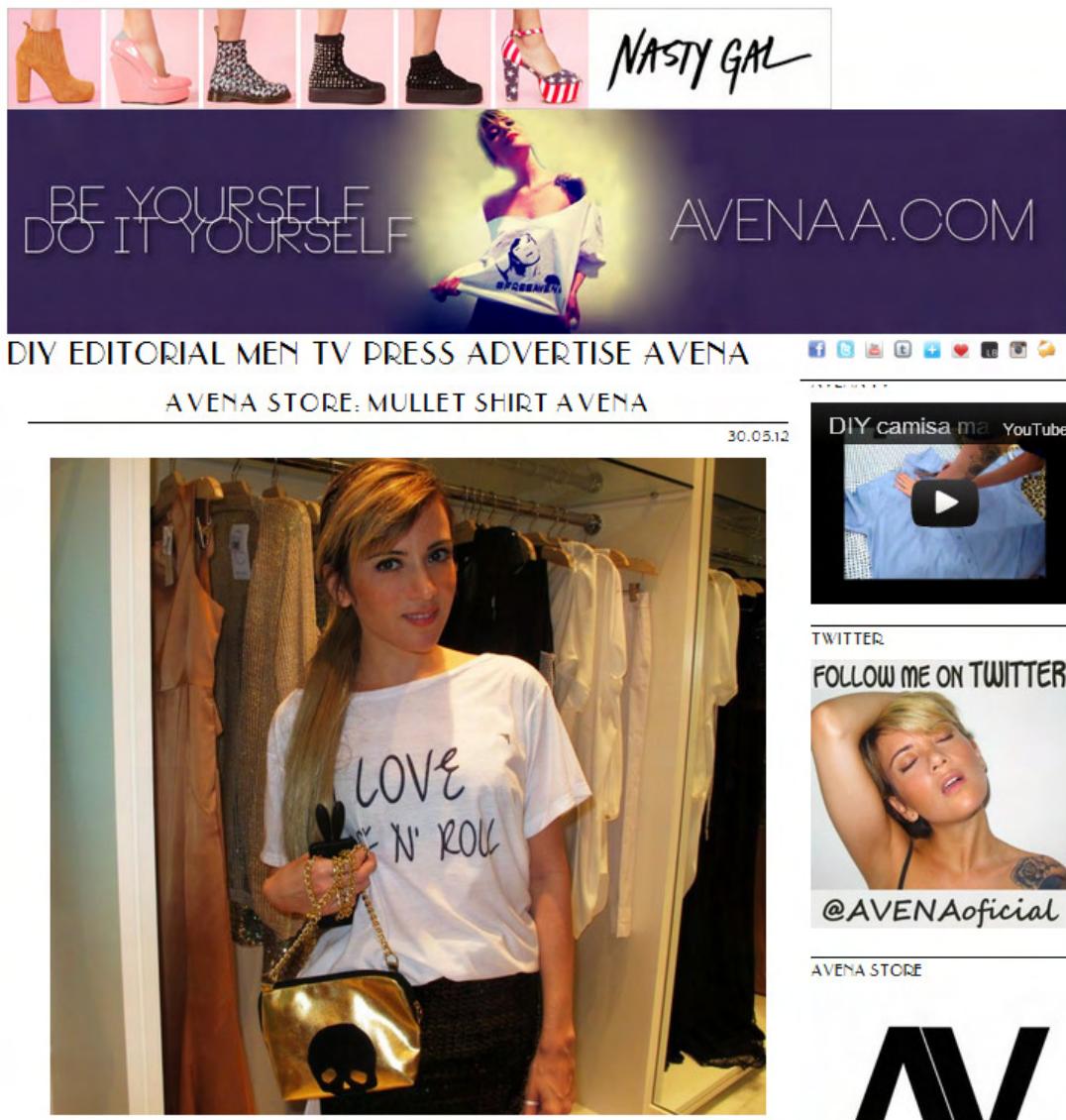
[Responder](#)

ANEXO 14

Look “mullet shirt”, Raphaella Avena.

Disponível em: <http://www.avenaa.com/index.php/2012/05/30/10611/>

Postado em 30 de maio de 2012





AVENA
store

NASTY GAL



PARTNERS:

Dra. Melissa Falcão
Dermatologia

LA LIQ



INSTAGRAM

Follow me:



KEEP CALM



PINTEREST

Follow my
Pinterest





ARCHIVES

Selecionar o mês

SEARCH

LOG IN

Please log into the site.

Username

Password

Remember Me



Mullet tshirt: AVENA (COMPRE AQUI) – lançamento @AvenaStore

tqc usado como saia – Zara/ [bolsa gifted by Dai Bags](#)/ wedge: C&A/ cuffs tornozelo: ASOS

Ontem foi a inauguração do Hotel C. aqui no Rio, (já já post contando como foi e os looks baphos que fiz lá). Este post é com o look que usei no evento que estava ansiosíssima pra estreiar. A super **mullet tshirt da AVENA** chegouu <3 É linda, fashion, estilosa e suuuuper confortável como é a ideologia da **AVENA**. E a melhor notícia que venho dar pra vocês é que já está à venda na [AvenaStore](#), este modelo tem duas variações: como esta com o coração de renda nas costas da camiseta ou sem a renda mais básica para meninos também.

Então corre lá pra garantir a sua que são poucas peças por coleção pra manter a exclusividade que é o ponto forte da minha marca sempre! 😊

E fiquem ligadíssimos aqui no blog e sigam o twitter da loja [@AvenaStore](#) que hoje rola post oficial de **Pré-Lançamento AVENA** com **super sorteio** fashion de uma camiseta bapho pra um Avenete!

*XX
Avena.*

You might also like:



AVENASTORE.COM Pré-Lançamento AVENA



AVENA STORE:
Mullet tshirt Avena Rocks



Pré-lançamento e
pré-venda Avena



DIY Mullet Dress

[Tweet](#) 1

[Curtir](#) 0

This entry was posted in Adooro!, Alegria Fashion, Attitude Fashion, Avena Shopping and tagged Avena, Avena Store, Avenismo, mullet shirt AVENA, mullet shirt, Raphaella Avena loja, Raphaella Avena marca, sortelo camiseta, tshirts AVENA. Bookmark the [permalink](#).

ANEXO 15

Look “Avena store”, Raphaella Avena.

Disponível em: <http://www.avenaa.com/index.php/2012/05/31/avena-store-tshirt-im-sexy-and-i-know-it/>

Postado em 31 de maio de 2012

Look “Avena store”, Raphaella Avena.

Disponível em: <http://www.avenaa.com/index.php/2012/05/31/avena-store-tshirt-im-sexy-and-i-know-it/>

Postado em 31 de maio de 2012

AVENA STORE: TSHIRT "IM SEXY AND I KNOW IT"

31.05.12

AVENA TV

Avena TV - Me...

AVENA STORE

AVENA store

NASTY GAL



PARTNERS:

Dra. Melissa Falcão
Dermatologia

LA LIQ



Crie o dia dos namorados chegando
bem aquela vontade de preparar
algo especial para o seu(a) amado(a).

Para te dar uma ajudinha, a La Liq
prepara uma oferta para você estar
deslumbrante neste dia: 70% de
desconto na gomagem corporal +
peeling de diamante.

**1 GOMAGEM
CORPORAL
+
1 PEELING DE
DIAMANTE**
de R\$ 180,00 por apenas
R\$ 114,00

Reserve a sua
(21) 2512-2460
www.laq.com.br
Av. Araújo de Carvalho, 226/302 - Leblon
Sala 101 - Rio de Janeiro - RJ
22290-000
www.laq.com.br
Av. Araújo de Carvalho, 226/302 - Leblon
Sala 101 - Rio de Janeiro - RJ
22290-000

INSTAGRAM

Follow me:



Tshirt: AVENA ([compre aqui!](#)) / sneaker: New Order/ pulseiras: acervo

You might also like:



Born in USA



Fashion Rio: Look do Dia – Avenize-se



Pré-lançamento e pré-venda Avena



DIY tshirt e wedge achadíssimo



DIY U.S tshirt



KEEPCALM



PINTEREST



← Isto é AVENISMO <3

O que nosso sucesso revela sobre os outros →

DEIXE UM COMENTÁRIO